

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

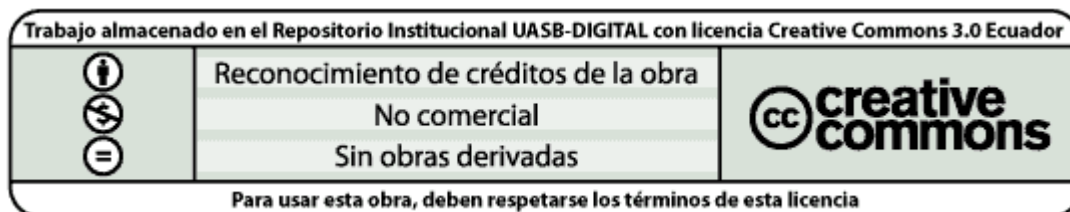
Área de Gestión

Programa de Maestría en Dirección de Empresas

**Análisis del sector de entretenimiento familiar e identificación
de oportunidades en la ciudad de El Coca**

Autora: Melani Carla Noboa Gallardo

Quito, 2016



CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, Melani Carla Noboa Gallardo, autora de la tesis intitulada Análisis del Sector de Entretenimiento Familiar e Identificación de Oportunidades en la Ciudad de El Coca, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magíster en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.

2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autora de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.

3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha: 15 de Abril de 2016

Firma:

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE ECUADOR

ÁREA DE GESTIÓN

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Análisis del Sector de Entretenimiento Familiar e Identificación de
Oportunidades en la Ciudad de El Coca**

Autora: Melani Carla Noboa Gallardo

Tutor: Ing. Roberto Hidalgo

Quito - Ecuador

RESUMEN

La elaboración de esta tesis tiene como finalidad, analizar el sector de entretenimiento familiar en la ciudad de El Coca, perteneciente a la provincia de Francisco de Orellana (Coca). De la misma forma, este trabajo de investigación consiste en identificar las alternativas de entretenimiento que ofrece la ciudad, y además, identificar los servicios que se ofrecen a sus habitantes, a qué segmento están dirigidos y en qué estado se encuentran en la actualidad; así como determinar cuán atractiva es la industria para acoger a nuevos inversionistas quienes podrían potencialmente establecer nuevos negocios.

Luego de un arduo levantamiento de información primaria, se pudo identificar claramente los actores principales que constituyen el grupo de empresas de la oferta actual. Dicha información primaria se la obtuvo al realizar encuestas y entrevistas dirigidas a personas claves y habitantes de la ciudad de El Coca. Dentro de los temas considerados en dichas encuestas y entrevistas están: gustos, preferencias y opiniones referentes a opciones y alternativas que el sector de entretenimiento familiar les ofrece. Además, este estudio incluye el análisis de las cinco fuerzas de Porter combinado con un análisis del macroambiente, los cuales permiten obtener una imagen global y precisa del sector de entretenimiento familiar en esta ciudad.

Finalmente, se concluyó que en la ciudad de El Coca existen muchos más lugares de recreación y esparcimiento familiar de los que habían en el año 2010, se han realizado muchas obras por parte del Municipio de la Provincia de Orellana y por parte de la inversión privada. La oferta existente proporciona un buen producto y/o servicio y sus instalaciones están en buen estado; sin embargo, se pudo evidenciar que el crecimiento poblacional ha sido mucho mayor que el crecimiento de la oferta, por lo que se anuncia la existencia de oportunidades de negocio, que requiere de grandes cantidades de capital, por lo que no están al alcance de pequeños y medianos inversionistas.

Entretenimiento; Orellana; Negocio; Porter; Macroambiente

DEDICATORIA

Dedico ésta tesis a mi amada familia, por su apoyo, su amor incondicional y su ejemplo, sin ustedes no soy nadie, a mis abuelitos a quienes extraño tanto, y una dedicatoria muy especial a mi querida amiga Lissette Alarcón, mujer admirable que se encuentra luchando contra el cáncer.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Dios, sin él nada es posible, a mis familiares y amigos “mococho” de El Coca por su gran aporte en esta investigación, gracias a todos mis amigos que no tienen nada que ver con El Coca pero igual fueron cómplices de éste trabajo y me dieron apoyo moral, a mis amigas Astrid, Bella y Elsy, excelentes profesionales, por su inmenso apoyo y paciencia.

Muchas gracias a las instituciones por su colaboración, a la Cámara de Turismo de Orellana, la Cámara de Comercio de Orellana, al Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 2 y al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, gracias también a los dueños del Hotel La Misión, el Hotel El Auca, el Gran Hotel del Coca, Hotel Heliconias, Las Piscinas de Pauker, Cattleya, La Isla y a Sacha Lodge por abrirme sus puertas.

Por último pero no menos importante quiero agradecer a mi tutor el Ingeniero Roberto Hidalgo, por compartir su sabiduría, por su entrega total y su comprensión.

Tabla de Contenidos

INTRODUCCIÓN.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1. Una breve descripción del problema que va a ser analizado.	11
2. La justificación de la investigación	13
3. La pregunta central	14
4. El objetivo general y los objetivos específicos.	14
a) El objetivo general:.....	14
b) Los objetivos específicos:.....	14
5. Las hipótesis	15
1. CAPÍTULO PRIMERO Fundamentos teóricos.....	16
1.1. MARCO TEÓRICO	16
1.2. MARCO CONCEPTUAL.....	21
1.3. METODOLOGÍA	23
1.3.1. Acopio y procesamiento de información	23
• Caracterización del estudio	23
• Identificación de las principales variables y su definición conceptual	24
• Identificación de los indicadores	24
1.3.2. Cálculo de la muestra.....	25
1.3.3. Herramientas de recolección de datos.....	27
1.3.4. Transformación de los datos en información.....	28
2. CAPÍTULO SEGUNDO Investigación de campo.....	29
2.1. ENTREVISTA ESTRUCTURADA FORMALIZADA O ENCUESTA	
29	
2.1.1. Encuesta para la demanda.....	29
2.2. ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA FOCALIZADA.....	30

2.3.	TABULACIÓN DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	
	31	
2.3.1.	Encuesta de la demanda.....	31
2.3.2.	La oferta.....	33
2.3.3.	Análisis de la información obtenida en las entrevista a las autoridades.....	39
2.4.	INFORMACIÓN EXISTENTE.....	42
3.	CAPÍTULO TERCERO Análisis sectorial.....	46
3.1.	ANÁLISIS DE LOS SIETE COMPONENTES DEL MACROAMBIENTE	46
3.1.1.	Aspectos Demográficos	47
3.1.2.	Fuerzas Sociales.....	48
3.1.3.	Factores políticos, legales y regulatorios	49
3.1.4.	Ambiente natural.....	50
3.1.5.	Factores tecnológicos.....	51
3.1.6.	Fuerzas globales.....	51
3.1.7.	Condiciones económicas generales	52
3.2.	ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN BASE A LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	53
3.2.1.	Rivalidad entre empresas actuales	54
3.2.2.	Amenaza de nuevos competidores.....	56
3.2.3.	Poder de negociación de los compradores o consumidores.....	57
3.2.4.	Poder de negociación de los proveedores	58
3.2.5.	Amenaza de los productos sustitutos	60
4.	CAPÍTULO CUARTO Identificación de Oportunidades y Conclusiones...63	
4.1.	RESUMEN DEL ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO.....	63
4.2.	IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO SEGÚN	

EL ANÁLISIS SECTORIAL.....	65
4.3. PROPUESTA DE OPORTUNIDADES.....	68
4.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
4.3.1. Conclusiones.....	73
4.3.2. Recomendaciones	75
BIBLIOGRAFÍA.....	77
LISTA DE FOTOS, IMÁGENES, GRAFICOS Y TABLAS	
Gráfico 1 Población económicamente activa El Coca 2010.....	26
Foto 1 Parque Central.....	38
Foto 2 MACCO.....	38
Foto 3 Rumba Náutica.....	39
Foto 4 Bus Náutico.....	39
Tabla 1 Herramientas de recolección de datos.....	27
Tabla 2 Tratamientos específicos para la transformación de datos en información	28
Tabla 3 Oferta de establecimientos hoteleros con servicios de entretenimiento familiar (piscinas) en la ciudad de El Coca, en el 2015.....	34
Tabla 4 Oferta de establecimientos especializados de entretenimiento familiar (piscinas) en la ciudad de El Coca, en el 2015.....	35
Tabla 5 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	63
Tabla 6 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFI).....	64
Imagen 1 Ambientes de una Industria.....	46
Imagen 2 Estructura de la población económicamente active en El Coca.....	48
Imagen 3 En que trabajan los habitantes de Orellana.....	49
Imagen 4 Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	54
Imagen 5 Características del negocio ideal y cálculo de potencial de negocio...	69

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1.- EJEMPLO DE ENCUESTA PARA LA DEMANDA

ANEXO 2.- ENTREVISTAS

2.1 Ejemplo Entrevista Oferta

2.2 Transcripción Entrevistas

2.3 Entrevista Máster en Gestión y Promoción del Desarrollo Local

ANEXO 3.- TABULACION Y GRAFICOS DE ENCUESTA

ANEXO 4.- DOCUMENTACION OTROGADA POR EL MINISTERIO DE

TURISMO

4.1 Mapa Turístico del Cantón Francisco de Orellana

4.2 Mapa Urbano de la Ciudad El Coca

4.3 Información General de la Provincia de Orellana

Anexo 5.- DOCUMENTACION ENTREGADA POR EL GAD MUNICIPAL DE

ORELLANA

5.1 Resumen de Trabajo Proyecto de Atención Integral a Jóvenes

5.2 Programas Área de Cultura

5.3 Programación de Eventos 2015

INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Una breve descripción del problema que va a ser analizado.

La provincialización de Orellana se dio un 30 de julio de 1999, se encuentra a 300 m.s.n.m y tiene una población de 136.396 habitantes según el censo del 2010. Está dividida en 4 cantones que son: Loreto, La Joya de los Sachas, Aguarico y su capital Francisco de Orellana. Esta última, tiene una extensión de 6.853.7 Km², y tiene una población de 72.795 habitantes¹, a su vez se divide en 11 parroquias rurales que son: San José de Guayusa, Nuevo Paraíso, San Luis de Armenia, El Dorado, García Moreno, La Belleza, Dayuma, Inés Arango, Taracoa, Alejandro Labaka y el Edén. Posee una parroquia urbana, Puerto Francisco de Orellana más conocida como El Coca (GAD Municipal 2014, 4).

Según cuenta la historia, lleva el nombre de Francisco de Orellana, el descubridor del río Amazonas, porque se cree que por el sector navegó su expedición y arribó el gran Marañón, y el nombre de El Coca se dice que lo adquirió debido a que indígenas oriundos de zonas aledañas iban al lugar a realizar sus rituales curativos con las hojas de coca masticadas. Por otro lado algunos afirman que los primeros colonos la fundaron con ese sobre nombre a finales del siglo XVIII, tras encontrar plantas silvestres en las orillas del río Napo, cerca de donde ahora se asienta la población (Orellana 2013).

¹ INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/orellana.pdf> - Diciembre 2015

La ciudad de El Coca está delimitada por tres ríos que son, el río Napo, el río Coca y el río Payamino. En ésta parroquia es donde se encuentra concentrada la mayor parte de la población del cantón, en su mayoría son colonos que llegaron de diferentes partes del país en busca de los beneficios del boom petrolero, también cuenta con personas de nacionalidades indígenas, como son los Kichwa, los Waorani y los Shuar, además, debido a la facilidades médicas que existen hoy en día, hay una población de oriundos que está en crecimiento.

El problema a ser analizado, en la ciudad de El Coca, consiste en las escasas opciones de recreación o entretenimiento familiar que ofrece el lugar. En los tiempos libres o fines de semana las opciones de actividades de entretenimiento son limitadas, entre las que se cuentan:

- Actividades al aire libre: visitas a lugares naturales, tales como: parques, haciendas, ranchos entre otros, los cuales en su mayoría se encuentra a las afueras de la ciudad.
- Actividades puertas a dentro: visita a casas de familiares, compras en mercados, tiendas y centros de diversión en general.

Las actividades realizadas al aire libre, en su mayoría no están al alcance de todos los habitantes de la ciudad de El Coca, ya que sólo pueden acceder a estos lugares, los habitantes que posean medios de transporte propios, debido a que no existe un servicio de transporte público que llegue a estos lugares.

Los lugares de recreación y diversión familiar en la ciudad de El Coca, son pocos y los existentes no cuentan con la infraestructura suficiente para recibir a las familias visitantes o se encuentran en estado de deterioro. En resumen, la ciudad no cuenta con una infraestructura turística que albergue a visitantes locales. Las familias no cuentan con sitios a donde asistir para distraerse, descansar de la rutina o simplemente pasar un momento de esparcimiento.

Por otro lado existen una gran variedad de locales que ofrecen entretenimiento para el sector adulto, entre las principales fuentes de recreación están:

- Bares
- Discotecas
- Prostíbulos

Los mencionados centros se encuentran en el centro y las afueras de la ciudad. Es necesario mencionar que según el último Censo de Población y Vivienda realizado en Ecuador en el 2010, en la Provincia de Orellana, existen más hombres solteros que mujeres solteras².

2. La justificación de la investigación

El acelerado desarrollo que ha tenido la ciudad de El Coca en los últimos años, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población creció en un 5.84% del 2001 al 2010, las nuevas tendencias en la utilización del tiempo libre y la necesidad de sana distracción tanto para niños y jóvenes como para toda la familia fueron los fundamentos que me empujaron a realizar esta investigación.

La falta de opciones en el ámbito de recreación familiar, está dejando a la población de El Coca como único pasatiempo el alcohol y la vida nocturna promiscua. De mantenerse este panorama se creará una cultura basada en el consumo de alcohol y esto vendrá acompañado de un ambiente hostil, lleno de agresividad, abusos y a mediano o largo plazo esto tendrá como consecuencia la ubicación de la familia a un segundo plano dentro de las prioridades personales.

Además al no haber más alternativas el desgaste ambiental, en los lugares naturales aledaños a la ciudad de El Coca, sería irreversible, debido a la gran concurrencia que existe y a la falta de práctica de un turismo sostenible.

² INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/orellana.pdf>- Diciembre 2015

Al realizar un análisis del sector del entretenimiento familiar se podrá identificar qué es lo que la población está demandando y no existe en esta industria, con lo que se identificarían oportunidades para nuevos negocios. Se podría incentivar a la inversión privada con fácil acceso al crédito, para que se desarrollen más proyectos en el sector del entretenimiento y también se podría recurrir a las políticas públicas y sugerir, según los resultados del estudio, que se realicen más obras en donde los ciudadanos puedan recrearse con su familia, como parques, museos, zoológicos, etc.

3. La pregunta central

El análisis se realizará para poder responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las alternativas que posee la ciudad de El Coca en cuanto a entretenimiento familiar, que servicios o beneficios ofrecen y cuán atractivo es éste sector para futuras pymes o inversionistas?

4. El objetivo general y los objetivos específicos.

a) El objetivo general:

Analizar el sector del entretenimiento familiar en la ciudad de El Coca

b) Los objetivos específicos:

- Analizar la situación actual del sector del entretenimiento, mediante las cinco fuerzas de Porter.
- Levantar información de los lugares existentes en el sector del entretenimiento, los servicios que ofrecen, el estado en el que se encuentran y el segmento al que están dirigidos.
- Identificar oportunidades de negocio analizando las necesidades de la demanda existente y las características del sector.

5. Las hipótesis

- a) Las condiciones actuales y los actores principales de la industria del entretenimiento, en la ciudad de El Coca, sólo satisfacen al público adulto, dejando al segmento familiar desabastecido de opciones sostenibles y viables.
- b) Existe una gran cantidad de demanda insatisfecha en el sector de entretenimiento por lo que las oportunidades de negocio son varias.

1. CAPÍTULO PRIMERO

Fundamentos teóricos

1.1. MARCO TEÓRICO

El inicio y la evolución del entretenimiento lo explican Sayre y King en la segunda edición de su libro *Entretenimiento y Sociedad, Influencias, Impactos e Innovaciones*:

“La historia del entretenimiento y su impacto en la sociedad moderna empieza con la llegada del tiempo libre o de ocio. Éste es el tiempo que nos queda cuando terminamos de trabajar. Por su naturaleza el tiempo de ocio está socialmente estratificado, los ricos son capaces de comprar más tiempo libre que los pobres. Porque era disfrutado por personas que podían permitirse no trabajar, la actividad de ocio alguna vez fue otorgada a unos pocos hombres ricos y poderosos. Siglos después el tiempo de ocio fue un resultado de la Revolución Industrial cuando los trabajadores tuvieron un incremento en la cantidad de su tiempo libre y pudieron pagar por actividades recreacionales” (2010, 7).

Los inicios del entretenimiento también se los asocia con la época del cine y la radio; después de la Segunda Guerra Mundial el entretenimiento familiar favorito era sentarse en la sala a escuchar los programas en la radio. La industria del entretenimiento ha evolucionado a grandes pasos debido al tiempo y dinero que las personas disponen junto con el desarrollo de la tecnología. Antes las películas sólo las veían en los cines, con el paso del tiempo ya era posible verlas en las casas por medio de la televisión (Corral y Vega 2013, 3).

El entretenimiento es un elemento importante en la sociedad, puede ser un producto, un servicio o una experiencia y ha ido tomando fuerza en la economía mundial con el paso de los años. Se ha salido de sus límites tradicionales, y en la actualidad se puede encontrar entretenimiento en hoteles, restaurantes, centros comerciales, programas de televisión y sitios web alrededor del mundo. El mundo está girando en una era en donde

el entretenimiento toca todo aspecto de la vida de los seres humanos. Actualmente se habla de una industria del entretenimiento. Las actividades y formas de entretenimiento se han ido multiplicando debido a los diferentes gustos de la demanda, ya que entretenimiento significa muchas cosas para mucha gente. Existen varias clasificaciones que van desde el entretenimiento cultural, pasando por el entretenimiento de medios hasta el entretenimiento ilegal.

En unos países ésta industria se ha desarrollado más que en otros, por ejemplo en Estados Unidos de América, el entretenimiento es uno de los sectores más grandes que influyen en la economía del país. Un estadounidense promedio gasta más dinero en entretenimiento que en gasolina o en ropa (Sayre 2010, 3). Según la octava edición del libro *Entertainment Industry Economics* cada año los estadounidenses gastan más de \$280 billones en formas legales de entretenimiento y globalmente el gasto anual se está acercando a un trillón de dólares (Vogel 2011, xix).

En el Ecuador la industria del entretenimiento está en pleno desarrollo, poco a poco ha ido ganando espacio en la economía del país; especialmente en las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca que cuentan con lugares y eventos de entretenimiento como museos, galerías de arte, sitios arqueológicos, zoológicos, ferias, circos, espectáculos musicales, centros comerciales, etc.

La ciudad de El Coca, tiene lugares y eventos de entretenimiento en su mayoría para personas adultas, esto contribuye a que el tiempo de compartir en familia vaya perdiendo fuerza. Los avances tecnológicos han contribuido para que las relaciones personales se limiten al mundo digital; si a esto se le suma la falta de lugares, eventos o actividades a realizar en familia, la cantidad de tiempo que actualmente se pasa en familia y la calidad del mismo disminuirá cada vez más.

Para probar la hipótesis de que las personas en la ciudad del Coca dedican su tiempo libre a actividades de entretenimiento en bares, discotecas, cabarets, etc.; es debido a que actualmente ese es el único tipo de entretenimiento que ofrece la ciudad,

se realizará un análisis del sector del entretenimiento familiar; con ésta investigación se obtendrá una visión clara de lo que ofrece la ciudad en cuanto a entretenimiento familiar, que tipo de entretenimiento están demandando actualmente las familias y si la falta de alternativas en el sector del entretenimiento familiar está o no generando una demanda insatisfecha, con lo cual se confirmará si las oportunidades de negocio son varias o nulas.

Para realizar un análisis del sector es fundamental estudiar a las fuerzas que intervienen en una industria, los proveedores, los clientes, los competidores, los productos sustitutos y los competidores potenciales. El modelo de las cinco fuerzas Michael Porter es una herramienta muy útil con la cual se puede determinar las presiones competitivas que afectan de una u otra manera a la rentabilidad del negocio.

El análisis de Porter consiste en investigar las variables que hacen que la rivalidad sea altamente intensa, moderadamente intensa o baja/nada intensa. Las variables que hacen que la rivalidad entre competidores sea altamente intensa son cuando baja la demanda, cuando existe un número elevado de empresas en el mercado, cuando las barreras de entrada son bajas, cuando los costos fijos son elevados, entre otras. Lógicamente de darse un escenario opuesto a los nombrados anteriormente la intensidad entre proveedores será poca o nula, se concluye que la intensidad es moderada, cuando existen tanto variables que intensifican como variables que hacen que la rivalidad sea poca.

El poder de negociación que tienen los compradores o clientes, se intensifica cuando éstos son pocos, cuando los costos de cambiarse de proveedor son bajos, si están bien informados de costos, etc. El poder de negociación que tienen los proveedores o vendedores, tiende a ser alta cuando el producto o servicio ofertado es escaso, cuando los costos de cambio de proveedor son altos, cuando no hay sustitutos o no son de calidad, entre otras.

Por otro lado la amenaza de nuevos entrantes es mayor cuando las barreras de entrada de la industria son bajas, cuando los competidores no desean oponerse al ingreso de nuevas empresas. Por último las variables que hace que la amenaza de los productos sustitutos sea mayor son cuando existen sustitutos de buena calidad con precios atractivos y cuando los costos para cambiarse a un sustituto son bajos.

Estas cinco fuerzas serán la clave para el análisis sectorial, ya que se identificará las características estructurales del sector del entretenimiento familiar, si la intensidad es alta en las cinco fuerzas la industria será poco atractiva, ya que esto significa que las utilidades que generará el negocio no serán aceptables.

“La intensidad de la competencia es más alta en industrias de bajas ganancias. El impacto colectivo de las fuerzas competitivas es tan brutal en algunas industrias, que el mercado es claramente “poco atractivo” desde el punto de vista de la obtención de utilidades” (David 2013, 75).

“Cuando se conocen las causas de la presión competitiva, se evidencian las fuerzas y debilidades principales de la compañía, se consolida su posicionamiento en el sector industrial, se aclaran los aspectos en que los cambios estratégicos producirán los mejores resultados y se descubren las áreas donde las tendencias de la industria tendrán mayor importancia como oportunidades y amenazas.” (Porter 2009, 44).

Por otro lado también se analizarán los siete componentes principales del macroambiente y las variables a considerar en cada uno de estos componentes. Los *aspectos demográficos* comprende tamaño de la población, distribución de ingresos, distribución por edades, *las fuerzas sociales* abarcan estilos de vida, actitudes, valores y factores culturales, *los factores políticos legales y regulatorios* van desde leyes y normativas hasta políticas fiscales y regulatorias, *el ambiente natural* comprenden fuerzas naturales o ecológicas que puedan afectar a la industria, *los factores tecnológicos*, en *las fuerzas globales* influye el comercio y la inversión internacional y

las *condiciones económicas generales* abarcan variables como desempleo, tasas de crecimiento económico, inflación, déficits y superávits, etc. (Thompson 2012, 52).

Con esto se tendrá una visión más amplia de cómo se encuentra actualmente el sector del entretenimiento familiar y que factores afectan o pueden afectar en un futuro a este sector.

“Lo que sucede en la parte externa del macroambiente puede ser rápido o lento, con advertencias o sin ellas. Cuando los administradores de la compañía examinan el ambiente externo, deben estar alertas para detectar lo importante en el anillo exterior, evaluar su impacto e influencia, y adaptar la dirección y la estrategia de la compañía según se requiera. Sin embargo, los factores y fuerzas en el macroambiente de una empresa que tienen los *mayores* efectos en la formación de la estrategia por lo general se refieren al ambiente industrial y competitivo inmediato, como presiones competitivas, acciones de compañías rivales, comportamiento del comprador, consideraciones relacionadas con los proveedores, etc.” (Thompson 2012, 51)

Thompson y otros, en la décima octava edición de su libro *Administración Estratégica, Teoría y Casos* mencionan:

“Como los factores macroeconómicos afectan diferentes industrias en diversas formas y grados, es importante que los administradores determinen cuáles representan los factores más importantes desde el punto de vista estratégico fuera de los límites de la industria a la que pertenece la empresa. Por importantes desde el punto de vista estratégico queremos decir que tienen el peso suficiente para afectar las decisiones finales de la empresa sobre su rumbo, objetivos, estrategia y modelo de negocios.

Las influencias pertinentes desde el punto de vista estratégico provenientes del área externa del macroambiente en ocasiones ejercen un fuerte efecto en la situación de negocios de una compañía y un impacto muy significativo en el rumbo y estrategia de la compañía” (2012, 50).

El análisis del macroambiente y el de las cinco fuerzas ayudará con la identificación de oportunidades de negocio, descifrando qué modelo de negocio se debería seguir o qué estrategia tomar para tener éxito en el futuro negocio.

Para la recolección de la información se utilizarán dos tipos de investigación, la histórica en donde se recurrirá a base de datos o información que posea la Cámara de Turismo, la Cámara de Comercio o el Municipio de Orellana, así como también libros, revistas y folletos de este lugar. El otro tipo de investigación que se realizará es la descriptiva, en donde se obtendrá información mediante encuestas a los habitantes, y entrevistas a autoridades y a dueños de los negocios de entretenimiento establecidos de la ciudad.

1.2. MARCO CONCEPTUAL

Para no dar cabida a confusiones se definirán algunos términos importantes a continuación:

¿Qué es un análisis sectorial?

“Un estudio sectorial es la recopilación de información del conjunto de entidades que conforman un sector con el fin de tener una visión global del mismo que facilite la toma de decisiones para la mejora de su posición competitiva. Puede ser objeto de un estudio sectorial enfocar el análisis de la información en aspectos concretos a nivel tecnológicos, productivo, etc.” (IAT 2015).

El análisis del sector del entretenimiento permite determinar cuán atractivo o rentable es el sector o industria, al investigar el tamaño del mercado, el número de competidores existentes, la necesidad de capital, entre otros; además investigando aspectos como productos sustitutos y la rivalidad en el sector se puede encontrar una estrategia para aprovechar dicha rentabilidad.

Por su parte, un sector es un grupo de empresas que suministra o satisfacen necesidades de un mercado. La diferencia entre estructura sectorial y de mercado es que en el análisis sectorial se entiende que la rentabilidad del sector está determinado por la competencia en dos mercados: el de productos o servicios y el de factores y beneficios.

El requisito previo para un análisis eficaz del entorno es distinguir claramente el entorno sectorial, el cual está formado por tres tipos de jugadores: clientes, proveedores y competidores³.

¿Qué se entiende por modelo de negocio?

“Un modelo de negocio, también conocido como diseño de negocio, es la planificación que realiza una empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener. En un modelo de negocio, se establecen las pautas a seguir para atraer clientes, definir ofertas de producto e implementar estrategias publicitarias, entre muchas otras cuestiones vinculadas a la configuración de los recursos de la compañía.” (<http://definición.de> 2015).

¿Qué se entiende por entretenimiento familiar?

Para el desarrollo de esta investigación, se define al “entretenimiento familiar” como la acción de divertirse y recrearse realizando actividades en familia aptas para cada integrante de la misma.

¿Qué se entiende por familia?

Varios autores a lo largo de los años, han definido a la familia de múltiples maneras, según Scherzer (1994), “la familia es un grupo humano preformado, que funciona como un tipo particular de grupo centrado alrededor de diferentes funciones, como demanda social, que le impone sus tareas de procreación, afectivas, sexuales, educativas, de supervivencia, económicas y sociales. Para el cumplimiento de esas funciones se establecen roles prescritos (madre, padre, hijo, hermano, esposo, esposa) y roles funcionales, sometidos a una interacción dinámica interna y a un intercambio con el exogrupo”⁴.

³ SERGI, Mateo, “Análisis sectorial”, 09-02-2008 - <http://sergimateo.com/analisis-sectorial/>

⁴ Sherzer A. “La Familia, Grupo Familiar e Instituciones”. Montevideo: Editorial Banda Oriental. 1994

Para efectos de este trabajo de investigación, se considera a la familia como el grupo de personas emparentadas entre sí que viven o no juntas y que se establecidas en la ciudad del El Coca. Según los resultados del Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) confirma que la edad promedio de los habitantes de la ciudad de El Coca, es de 23 años⁵.

La Oferta a ser analizada serán los distintos lugares que ofrezcan entretenimiento familiar, se realizará un inventario de las alternativas de entretenimiento familiar que posee la ciudad de El Coca.

La Demanda serán los habitantes, no se tomará en cuenta a las personas que estén visitando la ciudad, ya sean estos de nacionalidad ecuatoriana o de nacionalidad extranjera.

Los productos o servicios sustitutos serán los lugares a los que acude la gente, que no se encuentren dentro de la ciudad de El Coca.

Los nuevos entrantes serán los locales o lugares que ofrecerán entretenimiento familiar que estén en proyecto o que se encuentren en construcción.

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Acopio y procesamiento de información

- **Caracterización del estudio**

Debido a que actualmente no existe mucha información en cuanto al sector del entretenimiento en la ciudad de El Coca, el estudio a realizarse sería de carácter exploratorio. Se obtendrá información de las alternativas que posee esta ciudad en el mencionado sector.

⁵ INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/orellana.pdf> - Diciembre 2015

También se realizará un estudio descriptivo en base a los resultados exploratorios con los que se pretende identificar oportunidades existentes de nuevos negocios en el sector.

- **Identificación de las principales variables y su definición conceptual**

Variable: Alternativas de entretenimiento familiar.

Delimitación conceptual: Todos los locales o lugares que ofrezcan entretenimiento familiar como: balnearios naturales, piscinas, parques, y eventos públicos.

Variable: Necesidades de recreación de la demanda.

Delimitación conceptual: Carencia de actividades recreacionales.

Variable: Oportunidades en el sector del entretenimiento.

Descripción conceptual: Conveniencia de futuros negocios en dicho sector.

- **Identificación de los indicadores**

Variable: Alternativas de entretenimiento familiar.

Indicadores: Número de balnearios naturales

Número de piscinas

Número de parques

Número de eventos públicos realizados en el año

Capacidad de los locales o lugares

Tipos de beneficios o servicios que prestan estos lugares

Estado en el que se encuentran los lugares

Variables: Necesidades de recreación de la demanda.

Indicadores: Sentimiento de pasar un tiempo libre con la familia

Ingresos por familia

Porcentaje de fines de semana que salen a recrearse

A que lugares acude para entretenerse con la familia

Que fuente de entretenimiento están demandando los habitantes

Variable: Oportunidades en el sector del entretenimiento.

Indicadores: Rentabilidad del negocio

Barreras de entrada al sector

Barreras de salida del sector

Número de competidores

Demanda insatisfecha

Número de productos sustitutos

1.3.2. Cálculo de la muestra

Como se había mencionado, los habitantes del Cantón Francisco de Orellana son 72.795; el estudio se realizará en la zona urbana de El Coca, que es donde se encuentra concentrada la mayor parte de la población del Cantón. Para este cálculo se utilizarán los datos demográficos del proyecto de grado de la ESPE "Aplicación y sistematización de la propuesta metodológica para el análisis de vulnerabilidades de la parroquia urbana Puerto Francisco de Orellana, cantón Francisco de Orellana, mediante el uso de herramientas SIG" realizado por Wilman Aldeán e Ismael Hidalgo.

En la ciudad de El Coca hay 45,163 habitantes de los cuales 35,301 están entre los 20 y 64 años; se podría decir que son personas económicamente activas. Debido a que se necesita para el análisis de la demanda personas que sean cabezas del hogar, o que aporten con un ingreso mensual para los diferentes gastos y necesidades de la familia; el tamaño de la población serán los 35,301 habitantes, que equivalen al 78% del total de la población establecida en esta ciudad, tal como se refleja a continuación, en el gráfico No. 1.

Gráfico No. 1



Fuente: ESPE

Elaboración: La Autora

Para obtener la muestra se utilizará la fórmula para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas, se aplicará un nivel de confianza del 93%, con un nivel de error del 7% para una mayor confiabilidad en los resultados, con una probabilidad del 50%.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Total de la población

Z= coeficiente de la confiabilidad

Remplazamos la formula y calculamos.

$$n = \frac{35.301 * 1,81^2 * 0,5 * 0,5}{0,07^2 * (35.301 - 1) + 1,81^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{28.912,40}{172,97 + 0,82}$$

$$n = \frac{28.912,40}{173,79}$$

$$n = 166,36$$

Al redondear el resultado se obtiene el tamaño de la muestra. 167 personas serán encuestadas en la ciudad de El Coca.

1.3.3. Herramientas de recolección de datos.

Para una recolección de datos confiable y verídica se utilizará el Apéndice B: Cómo realizar un análisis de la industria, del libro Estrategia Competitiva de Michael E. Porter, el cual es una valiosa guía para crear el diseño de una estrategia para analizar cualquier tipo de industria y para la recolección de datos tanto primarios como secundarios. Se entrenará a un pequeño grupo de encuestadores, de 3 a 4 personas, se les explicará que tipo de respuestas son relevantes para las preguntas empleadas en este estudio, con el fin de que las encuestas sean realizadas de manera eficaz. Se entrevistarán autoridades de la ciudad con conocimiento del tema tratado, para obtener información desde otros puntos de vista.

Para conceptos y sugerencias de una apropiada recolección de datos, éste análisis se basará en los libros de investigación, "Metodología de la Investigación y Formulación de Proyectos", de la autora Alba Lucia Marín Villada y "Metodología de la Investigación y fundamentos de estadística de Margarita María Niño Torres", tal como se refleja en la tabla No. 1:

Tabla No. 1
Herramientas de recolección de datos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	FUENTES DE DATOS	MÉTODOS DE RECOLECCIÓN
Analizar la situación actual del sector del entretenimiento, mediante las cinco fuerzas de Porter.	- Población ciudad de El Coca.	- Encuestas tanto a la demanda como a la oferta.
Levantar información de los lugares existentes en el sector del entretenimiento, los servicios que ofrecen, el estado en el que se encuentran y el segmento al que están dirigidos.	- Ofertantes de entretenimiento familiar. - Ministerio de Turismo y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana.	- Encuestas y Observación - Bases de Datos

Identificar oportunidades de negocio analizando las necesidades de la demanda existente y las características del sector	- Población ciudad de El Coca.	- Encuestas
--	--------------------------------	-------------

Elaboración: La Autora

1.3.4. Transformación de los datos en información.

De la misma forma, una vez concluido con el proceso de recolección de datos, este trabajo de investigación procederá con su debido análisis y transformación en información relevante, siguiendo los tratamientos específicos detallados a continuación, en la tabla No. 2:

Tabla No. 2
Tratamientos específicos para la transformación de datos en información

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RECOLECCIÓN (R) Y FUENTES DE DATOS (F)	TRATAMIENTO ESPECÍFICO
Analizar la situación actual del sector del entretenimiento, mediante las cinco fuerzas de Porter.	R: Encuesta F: Población ciudad de El Coca.	Análisis de Clasificación utilizado el software Qlik Sense Desktop.
Levantar información de los lugares existentes en el sector del entretenimiento, los servicios que ofrecen, el estado en el que se encuentran y el segmento al que están dirigidos.	R: Encuestas y Observación F: Ofertantes de entretenimiento familiar. R: Bases de Datos F: Ministerio de Turismo y del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana	Análisis de Clasificación utilizando el software Qlik Sense Desktop. No necesitan tratamiento específico ya son fuentes de información.
Identificar oportunidades de negocio analizando las necesidades de la demanda existente y las características del sector.	R: Encuesta F: Población ciudad de El Coca.	Análisis de Clasificación utilizando el software Qlik Sense Desktop.

Elaboración: La Autora

2. CAPÍTULO SEGUNDO

Investigación de campo

2.1. ENTREVISTA ESTRUCTURADA FORMALIZADA O ENCUESTA

Se utilizó la encuesta para lograr un alcance más extenso de las distintas opiniones y puntos de vista de los habitantes de la ciudad de El Coca. Se tomó en cuenta los requisitos para formular preguntas sugeridos por la autora Alba Marín, entre ellos realizar preguntas claras y precisas, de fácil comprensión y utilizar el lenguaje adecuado de acuerdo al grupo encuestado (Marín 2011, 51). La encuesta está enfocada en descubrir lo siguiente:

- Las actividades de entretenimiento que realizan las familias de esta ciudad,
- Lugares donde realizan las mencionadas actividades de recreación,
- Costos involucrados en la ejecución de estas actividades.

Este trabajo de investigación denominó a esta encuesta como: "encuesta para la demanda", y su finalidad es también descubrir si hay necesidades insatisfechas en cuanto a entretenimiento familiar.

2.1.1. Encuesta para la demanda

La encuesta fue anónima, no se recolectaron datos como nombre o número de cédula ya que estos datos no interesan para el objeto de éste análisis. Se utilizaron preguntas abiertas que tienen varias respuestas, preguntas cerradas que tienen una sola respuesta, preguntas categorizadas en donde se da una categoría a cada opción y preguntas de estimación, en donde se da una valoración dando alternativas como buena-regular-malo (ver anexo 1).

El 73% de las encuestas se realizaron personalmente con un grupo de encuestadores en diferentes sitios de la ciudad, el 27% restante se realizó mediante el servicio de Surveymonkey.com, una herramienta en donde se ingresa la encuesta y lo convierte en un link, el cual puede ser enviado vía correo electrónico o vía redes sociales; una vez contestadas las encuestas, las respuestas le llegan automáticamente al encuestador a su cuenta. En este caso, el link con la encuesta, fue enviado a través de la red social Facebook.

2.2. ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA FOCALIZADA

La entrevista es una manera eficaz de obtener datos relevantes para las investigaciones⁶, y de acuerdo al libro Metodología de la Investigación y Formulación de Proyectos, de la autora Alba Lucía Marín Villada, se recomienda considerar los siguientes aspectos para obtener información de manera adecuada:

- Preparar la entrevista.- Deben estar claros los objetivos de la entrevista, conocer previamente el campo. El entrevistador debe demostrar seguridad en sí mismo y ponerse al nivel del entrevistado.
- Establecer un clima adecuado.- Seleccionar el lugar adecuado, dar tiempo para pensar y responder las preguntas y registrar las respuestas con las mismas palabras del entrevistado (Marín 2011, 73).

La modalidad que se siguió en las entrevistas consistió en explicar al entrevistado el tema de investigación y el objetivo de la entrevista, luego se leía las preguntas que se les haría y por último se les indicaba que la entrevista sería grabada y se empezaba con una pequeña introducción del entrevistado, seguido de las preguntas.

⁶ MARÍN, Alba, " Metodología de la Investigación y Formulación de Proyectos, Editorial Humanet, 2011

Se realizaron entrevistas a los dueños de 6 lugares de entretenimiento familiar ubicados en El Coca que ofrecen servicio de piscinas, con esto se espera compilar información que permita hacer un análisis profundo de los lugares ofertantes actuales, como el estado de las instalaciones, precios y horarios ofertados, entre otros (ver anexo 2.1).

Por otro lado, se entrevistó también a personas de instituciones importantes como son: el señor Milton Noboa, Presidente de la Cámara de Comercio de Orellana, así como también al señor Daniel Pauker, Presidente de la Cámara de Turismo de Orellana y a la señora Tatiana Noboa, Presidenta de la Asociación de Hoteleros de la Provincia de Orellana (ver anexo 2.2). Todas las encuestas fueron realizadas personalmente para garantizar su validez y fiabilidad.

2.3. TABULACIÓN DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.3.1. Encuesta de la demanda

En esta encuesta se realizó 24 preguntas, los detalles de la tabulación y sus respectivos gráficos están en el anexo 3, gracias al software Qlik Sense Desktop se realizarán análisis más profundos ya que ésta herramienta permite analizar las preguntas combinándolas.

Los resultados de la encuesta indican que la mayoría de encuestados son personas jóvenes que tienen entre 20 y 40 años, casados o en unión libre, con familias pequeñas que creen que es importante o muy importante realizar actividades en familia. Por lo regular, entre semana la mayoría se reúne a ver televisión o salen a pasear por la ciudad, y los fines de semana salen de paseo y hacen deporte.

Los ingresos mensuales del 70% de la ciudad están entre los US \$250.00 y los US \$1000.00, durante la semana gastan en entretenimiento familiar, dependiendo si se quedan o salen de la ciudad, menos de US \$100 e incluso menos de US \$50. Dentro de la ciudad los lugares más visitados por las familias son los sitios de esparcimiento

público como el malecón y los parques, seguido por las piscinas, estos lugares en su mayoría se encuentran en buen estado debido a que algunos son relativamente nuevos y otros han sido remodelados recientemente. Por otro lado, fuera de la ciudad visitan ríos y/o cascadas que se encuentran a cortas distancias, en carro particular es entre 30 minutos a una hora, estos lugares también se encuentran en buen estado gracias al control proporcionado por entidades como el Municipio y el Ministerio de Turismo.

Un dato muy importante es que el porcentaje de personas que realizan actividades en la ciudad es apenas 10% menor que el porcentaje de las personas que deciden salir de la ciudad; cuando se creía que por lo menos el 90% de la población salía de la ciudad a realizar actividades de entretenimiento debido a la falta de alternativas. Sin embargo la razón principal por la que el 55.2% de los encuestados salen es porque en El Coca no hay lugares a donde ir y el 44.8% que se queda a realizar actividades en la ciudad por la cercanía.

Lo que quiere decir que de haber más oferta de entretenimiento en la ciudad éste porcentaje de las personas que salen de la ciudad a realizar actividades se reduciría, aumentando el porcentaje de personas que deciden quedarse en la ciudad. Hay que tomar en cuenta que uno de los motivos por los cuales las personas se quedan en la ciudad, adicional al motivo de cercanía y por falta de tiempo, es porque gastan menos, los precios y los costos son más bajos.

En cuanto a los lugares que los encuestados sienten que hacen falta en la ciudad están canchas deportivas, un parque con áreas recreacionales más grandes, con actividades tanto para adultos como para niños como pista para bicis y para trotar, juegos acuáticos, etc. Por otro lado también proponen modernizar o actualizar lugares que ya existen como el cine, el centro comercial y más variedad de restaurantes.

El 55.7% de los encuestados cree que en la ciudad hay más alternativas de entretenimiento para adultos que alternativas para familias o para jóvenes. Aproximadamente el 50% de las personas se moviliza en la ciudad en su propio medio

de transporte como carro, moto o bicicleta y el otro 50% se moviliza en bus, taxi o a pie.

Los factores más importantes al momento de elegir un lugar de entretenimiento son la seguridad y la calidad del servicio prestado, factores como la ubicación y el precio pasan a segundo plano. Es decir si un local ofrece seguridad y un producto o servicio de calidad, a los consumidores no les importaría que el lugar esté a largas distancias y no se fijaría en los precios ya que el lugar tiene los factores más importantes.

2.3.2. La oferta

La oferta de entretenimiento familiar del sector privado en la ciudad de El Coca consta de seis lugares con piscinas, tres de ellos son hoteles que abren las piscinas al público, como son el Hotel Heliconias, el Hotel La Misión y el Gran Hotel del Coca. Las otras tres son lugares específicamente de entretenimiento, que son Las Piscinas de Pauker, que tienen un bar de snacks, La Cattleya tiene piscina y discoteca, y por último está La Isla que aparte de piscina también tiene canchas sintéticas de fútbol, pista de karting que se abrió recién en el 2014, discoteca y un restaurante de parrilladas, ésta última piscina fue la que tuvo mayor porcentaje entre los lugares con piscina a los que acude la gente dentro de la ciudad.

Se entrevistó a los propietarios de los seis lugares que tienen piscinas, para reunir información básica de los lugares e información importante en cuanto al funcionamiento, sus costos, como ven la situación actual del mercado y como ven el futuro, etc.; tal como se muestran en las tablas No. 3 y No. 4

Tabla No. 3
Oferta de establecimientos hoteleros con servicios de entretenimiento
familiar (piscinas) en la ciudad de El Coca, en el 2015

INFRAESTRUCTURA HOTELERA CON SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR ABIERTO AL PÚBLICO (PISCINAS)				
Nombre	Servicio ofrecido	Precio - USD (Uso Piscinas)	Capacidad (personas)	Observaciones
Hotel Heliconias	-Piscinas habilitadas para ser usadas por el público en general. -Restaurante. -Otros servicios: sauna, baño turco e hidromasajes (fines de semana)	US\$ 8 adulto US\$ 4 niño No incluye consumos ni servicios adicionales.	50	-Las piscinas tienen 7 años de antigüedad. -Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 500 mensuales. - Horario de atención: lunes a domingo (10am – 8pm) -Segmento de mercado: clase media y alta. -Principal competidor: Las Islas.
Hotel La Misión	-3 piscinas con tobogán habilitada para ser usada por el público en general. -Restaurante abierto de lunes a domingo para personas que usen las piscinas.	US\$ 3 adulto US\$ 2 niño No incluye consumos ni servicios adicionales.	200	-Las piscinas tienen 20 años de antigüedad. Remodeladas en el 2010. -Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 1,800 mensuales. - Horario de atención: lunes a domingo (10am – 6pm) -Segmento de mercado: clase media -Principal competidor: Las Islas.
El Gran Hotel del coca	-1 piscina habilitada para ser usada por exclusivamente por los huéspedes. - no es costumbre del hotel abrir sus	US\$ 15 adulto US\$ 10 niño No incluye consumo ni servicios adicionales.	30	-Las piscinas tienen 4 años de antigüedad. -Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 1500 mensuales - Horario de atención: lunes a domingo (6am – 10pm)

	<p>piscinas al público.</p> <p>- Sin embargo, cuando lo hace, el precio de la entrada es alto en comparación al mercado.</p> <p>-Restaurante abierto al público en general de lunes a domingo.</p>			<p>-Segmento: clase alta.</p> <p>-Principal competidor: ninguno.</p>
--	--	--	--	--

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La Autora

Tabla No. 4
Oferta de establecimientos especializados de entretenimiento familiar
(piscinas) en la ciudad de El Coca, en el 2015

Infraestructura especializada de entretenimiento familiar (piscinas)				
Nombre	Servicio ofrecido	Precio – USD (Uso Piscinas)	Capacidad (personas)	Observaciones
Cattleya	<p>-Piscinas</p> <p>-Discoteca</p>	<p>US\$ 3 adulto</p> <p>US\$ 2 niño</p> <p>No incluye consumos ni servicios adicionales.</p>	60	<p>-El lugar tiene 1 año y medio de antigüedad.</p> <p>-Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 300 mensuales.</p> <p>- Horario de atención: lunes a domingo (10am – 6pm)</p> <p>-Segmento de mercado: clase media.</p> <p>-Principal competidor: No competidores directos.</p>
Las Islas	<p>- Piscinas</p> <p>-Restaurante</p> <p>-Canchas deportivas</p> <p>-Pista de karting</p> <p>-Discoteca.</p>	<p>US\$ 2.50 adulto</p> <p>US\$ 1.50 niño</p> <p>No incluye consumos ni servicios adicionales.</p>	1,000	<p>-El lugar tiene 25 años de antigüedad.</p> <p>-Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 1,000 mensuales.</p> <p>- Horario de atención: lunes a domingo (12pm – 6pm)</p> <p>-Segmento de mercado: clase</p>

				media -Principal competidor: No competidor directo
Piscinas de Pauker	-Piscinas -Restaurantes	US\$ 2 adulto US\$ 1.50 niño No incluye consumo ni servicios adicionales.	300	-El lugar tiene 25 años de antigüedad. Remodelacion, inicios del 2015. -Costo de mantenimiento de piscina: US\$ 700 mensuales - Horario de atención: lunes a domingo (9am – 6pm) -Segmento: clase baja, media y alta. -Principal competidor: Las Islas (servicios ofrecidos similares). Cattleya (proximidad a sus instalaciones)

Fuente: Propietarios de establecimientos hoteleros.

Elaboración: La Autora

Con relación a la encuesta y a la información primaria recolectada durante el proceso de investigación de campo, este trabajo de investigación pretende conocer las necesidades del cliente y se realizan las siguientes consideraciones:

- Los padres y cabezas de familias están principalmente preocupados por la falta de nuevos establecimientos de entretenimiento familiar en la ciudad de El Coca.
- Las actividades de entretenimiento más apetecidas por las familias están claramente identificadas como actividades realizadas al aire libre, entre ellas: deporte, salir de paseo. Sin embargo, al contar con pocas opciones, el 39% de las familias que residen en la ciudad de El Coca prefieren quedarse en casa y ver televisión.
- Dentro de los lugares más visitados, como destino de entretenimiento están: el Malecón, las piscinas y centros comerciales.
- La infraestructura del sector de entretenimiento familiar es limitada, y el

desarrollo y promoción de nuevos servicios se encuentran estancados por falta de inversión.

- Las familias de la ciudad de El Coca, están compuesta por individuos altamente sociales que desean emplear su tiempo libre en realizar actividades en las que encuentran placer, principalmente en la interacción social y al aire libre.
- La mayor parte de su círculo social, externo a la familia, está compuesto por personas de una edad similar con hijos.
- Haciendo un análisis de comparación entre la capacidad total de las piscinas, que es aproximadamente 840 personas, con los 45,000 habitantes de la ciudad de El Coca, se podría decir que hay una demanda insatisfecha.
- El 25% de las personas encuestadas, que realizan actividades dentro de la ciudad, van a las piscinas, por otro lado está el testimonio de los ofertantes, que en su mayoría coinciden en que el negocio ha bajado, para algunos se debe a la restricción de horarios en lugares que venden bebidas alcohólicas, pueden abrir hasta las 6 de la tarde, antes abrían hasta las 11 o 12 de la noche.

Gracias a la gestión del Municipio de Orellana, El Coca cuenta con un malecón a orillas del río Napo, el año pasado se hizo una ampliación, también tiene 7 parques ubicados a lo largo de la ciudad, tres de ellos prácticamente nuevos, con una antigüedad de no más de 3 años, el más visitado y en donde se realizan eventos es el Parque Central inaugurado en 2012 (ver foto 1).

Foto 1.

Parque Central



Fuente: La Autora

En el malecón se encuentra el nuevo Museo Arqueológico y Centro Cultural de Orellana (MACCO), inaugurado el 30 de abril de este año, un edificio muy moderno que embellece a la ciudad, en donde se exhiben aproximadamente 370 piezas referentes a la cultura Amazónica, restos e historia de las poblaciones antiguas, el MACCO cuenta con un auditorio para doscientas personas, una cafetería y una biblioteca (ver foto 2), también hay el museo, un poco más antiguo, Alejandro Labaka que se encuentra junto a la catedral de la ciudad.

Foto 2.

MACCO



Fuente: La Autora

También hay un centro comercial, adecuado en un edificio, tiene sala de bolos con tres pistas y dos salas de cine, que no pertenece a ninguna cadena de cines al igual

que el cine que se encuentra en la nueva terminal terrestre de la ciudad la Terminal Terrestre y Comunicación Social "COCA" EP. En cuanto a balnearios naturales, tiene los tres ríos que bordean la ciudad, que se encuentran en mal estado debido a la contaminación por los desechos de la ciudad; sin embargo en el río Napo hay dos atractivos que son: la Rumba Náutica que es el fuselaje de un avión Fockker 28 adecuado en una gabarra y el Bus Náutico que es la carrocería de un bus igualmente puesto en una gabarra, los dos hacen recorridos a lo largo del río (ver foto 3 y 4).

Foto 3.

Rumba Náutica



Foto 4.

Bus Náutico



Fuente: La Autora

2.3.3. Análisis de la información obtenida en las entrevistas a las autoridades

Con las entrevistas realizadas a personajes importantes y relevantes de la ciudad de El Coca, se pudo obtener información clave de personas que viven en esta ciudad y desarrollan una función importante en la ciudad. De esta forma, este trabajo de investigación resalta los siguientes hallazgos:

- Hace algunos años atrás El Coca pertenecía al cantón Aguarico, de la provincia de Napo, era un lugar paradisíaco y sin contaminación cuando no existían las petroleras.
- En la década de los sesenta, sólo se podía llegar a El Coca en canoa debido a que no había carreteras, más o menos en los setentas empezaron a llegar las

petroleras, quienes para poder hacer su trabajo construyeron carretera y puentes, empezaron a llegar las cooperativas de transporte y gracias a todo esto los colonos fueron llegando poco a poco a instalarse con sus diferentes negocios, hoy la ciudad tiene un sin número de negocios como en las ciudades grandes.

- La población no ha parado de crecer desde ese entonces, Orellana según datos del censo del 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), fue la provincia con el porcentaje de crecimiento más alto del país, siendo Francisco de Orellana – El Coca el cantón con más habitantes de la provincia.
- En cuanto a visión turística, ésta no se empieza a desarrollar sino hasta aproximadamente unas dos décadas atrás como mucho.
- El interés que ha puesto el Estado en estos últimos años en el tema turístico, ha sido de gran ayuda para el desarrollo del mismo.
- El cantón Francisco de Orellana está dotado de atractivos turísticos en su mayoría, sitios naturales como ríos, cascadas, cavernas, bosques primarios, se puede realizar observación de flora y fauna, etc., también hay una gama de infraestructura hotelera dependiendo de la capacidad de pago del huésped, hay hoteles, lodges, floteles hostales, pensiones y moteles. El tema cultural también está presente, se realizan tours a visitar las distintas comunidades indígenas en donde se puede compartir sus costumbres y vivencias.
- Por otro lado la ciudad de El Coca tiene como atractivo natural los tres ríos que la rodean, no tiene cascadas ni tampoco se puede ver mucha vegetación ni animales de la zona. Los entrevistados mencionan casi los mismos sitios de entretenimiento, estos son los 6 lugares con piscinas, los 7 parques, el malecón, las atracciones náuticas, el zoológico y el MACCO.
- El estado de las atracciones naturales que se encuentran a los alrededores de la ciudad, es un tema de mucha importancia, ya que dichas atracciones son muy

visitadas y esto podría generar un desgaste ambiental.

- Se entiende que todos los sectores están estrictamente controlados por el Ministerio del Ambiente, el Municipio y el Consejo Provincial; aparte es muy difícil que éstos lugares sufran un desgaste ya que el clima de la zona es muy húmedo y esto ayuda a que cualquier área afectada se regenere naturalmente en poco tiempo, además en áreas afectadas por la agricultura y que son un potencial producto turístico se hacen reforestaciones.
- A la par se está trabajando para culturizar a los habitantes en cuanto a los desechos sólidos para que no sean arrojados ni en las calles ni en los atractivos naturales como ríos y cascadas.
- Por otro lado, el tema de los permisos de instalación y de funcionamiento de negocios, es un tema que la mayoría de los propietarios de manifestaron cierto grado de inconformidad, ya que se enfrentan a: costos elevado de tasas y procesos engorrosos, tales como: permiso al Cuerpo de Bomberos, al Ministerio de Medio Ambiente, al Ministerio de Salud, permisos de seguridad y estudios de suelo, entre otros.
- Los ofertantes de servicios de entretenimiento familiar consideran que en los últimos años se han creado muchos ministerios y dependencias para orientar y guiar a emprendedores en los diferentes negocios, pero dice que estas instituciones no están apoyando, están creando conflicto con los trámites solicitados. Incluso están en reuniones para lograr que un certificado de riesgo de ambiente, que para obtenerlo hay que pagar US \$1500.00, sirva para todas las instituciones y no tengan que sacar el mismo certificado para cada institución.
- De la misma forma, se considera que el proceso de ingreso a la industria es bastante molesto y tedioso. Sacar tantos permisos cada año y en los últimos tres años han incrementado algunos permisos y se piensa que si para los negocios ya posicionados en el mercado es difícil cumplir con estos requisitos, para alguien

que recién esté empezando debe ser aún más difícil.

- Los costos de los lotes de terreno o de los arriendos son extremadamente altos en la ciudad, esto se debe a que las compañías petroleras estaban dispuestas a pagar precios exorbitantes por los terrenos, para poner sus campamentos u oficinas, y las personas se acostumbraron a pedir cantidades altas por sus terrenos. Por ejemplo, un terreno de más o menos 20m x 30m está costando de US \$150.000 a US \$200.000 y el arriendo de un local en el centro de la ciudad está entre US \$400 y US \$700, dependiendo de la ubicación.
- Las autoridades entrevistadas en la ciudad del El Coca concuerdan que la competencia en la ciudad, entre comerciantes, es una competencia sana, no existen monopolios u oligopolios, se asegura que en El Coca hay mucho espacio todavía para emprendedores, sobre todo en el área turística y de entretenimiento, cree que la ciudad necesita más parques, lugares para realizar deportes extremos y ciclo vías.
- Finalmente, en cuanto a futuros proyectos en la ciudad, hay uno en particular llamado el proyecto emblemático de Orellana, que consiste en el EcoParque Payamino Yacu, que tiene una torre-mirador de 36 metros de altura, desde donde se puede apreciar una gran extensión de naturaleza y bosques primarios, se están haciendo senderos de 1.60m de ancho con bordillo, si el buen tiempo los ayuda esperan terminar una primera fase en agosto o septiembre de este año y hacer una pre-inauguración; los planes para la segunda fase van desde una tarabita hasta áreas para realizar deportes extremos como canopy, todo esto se está haciendo realidad gracias a la Prefecta de Orellana la señora Guadalupe Llori.

2.4. INFORMACION EXISTENTE

Se recibió la ayuda del Ministerio de Turismo del Ecuador Coordinación Zonal 2, con información completa de la provincia de Orellana como su geografía, historia,

gastronomía y atractivos turísticos, así como también folletos con información específica del cantón Francisco de Orellana y de su parroquia urbana El Coca (ver anexo 4).

En resumen la provincia de Orellana tiene tres áreas protegidas que son el Parque Nacional Yasuní, con 982 hectáreas de uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad en el mundo, la Reserva faunística Cuyabeno que comparte sus 603.380 hectáreas con la provincia de Sucumbíos, en ésta reserva se encuentran el Río Cuyabeno y el Río Lagarto, los sistema lacustres más grandes del país, y el Parque Nacional Sumaco Napo Galeras que tiene una extensión de 207.040 hectáreas y ofrece paisajes de alta montaña, bosques de neblina, así como ríos de selva.

Los atractivos turísticos del cantón Francisco de Orellana mencionados son ocho:

- Ecoparque Payamino Yacu ubicado al extremo oeste de la ciudad de El Coca, tiene 59.10 hectáreas, posee gran diversidad de especies tanto de flora como de fauna.
- Cascada la Belleza ubicada en la parroquia La Belleza, tiene una caída de 4 metros de altura y 22 metros de ancho.
- Laguna de Taracoa ubicada en la parroquia Taracoa, es la más grande del cantón en donde se realizan paseos en canoa, picnics y se puede observar flora y fauna.
- La Feria Indígena se realiza todas las semanas los días domingos desde las 6 de la mañana hasta el mediodía, en esta feria los Kichwas, Shuar y Waoranis ofrecen productos tradicionales y comidas típicas.
- La Comunidad Añangu se encuentra en territorio del Parque Yasuní es administrado por la Comunidad Kichwa Añangu, practican el turismo comunitario, las mujeres se encargan del centro artesanal y los hombres del ecolodge.
- La Laguna Añangu ubicada en la Parroquia Alejandro Labaka, sus

aguas son negras y también está administrado por la Comunidad Añangu.

- Saladero de los loros de Añangu ubicado en la parroquia Alejandro Labaka, es una formación natural causada por la erosión, a donde acuden diariamente pericos, loros y guacamayos a comer los minerales de la tierra.
- La Isla de los Monos ubicada en la parroquia El Edén, es un área cubierta de vegetación donde habitan 40 monos chorongos que fueron introducidos en este lugar para su conservación.

También se obtuvo una respuesta positiva por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, quien entregó un detalle de los eventos programados por la Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico para el 2015, un detalle de los programas y proyectos realizados en beneficio de niños, adolescentes y jóvenes del cantón, así como los grupos de atención prioritaria 2014-2015, organizado por el Área de Cultura y finalmente un detalle del proyecto de atención integral a jóvenes, organizado por parte del Departamento de Desarrollo Humano (ver anexo 5).

El Municipio de Orellana realiza actividades y eventos de recreación en el transcurso del año para los habitantes; entre los más importantes están las Fiestas de Cantonización del 26 al 30 de abril, las Fiestas de Provincialización del 26 al 30 de Julio y el Día Mundial de Turismo el 27 de septiembre.

En el área cultural se prepara a las instituciones educativas para participaciones de danza, baile, bandas rítmicas y oratoria., también preparan candidatas y se encargan del arreglo de escenarios. Dan asesoramiento a familias con problemas de maltrato infantil, drogas en niños y adolescentes y embarazos en adolescentes.

En el proyecto de atención integral a jóvenes realizan actividades como talleres socioculturales de guitarra, canto y piano, grupos de teatro, ciclo paseos, entre otros. Los beneficiarios directos son aproximadamente 500 jóvenes que se integren en los

procesos del proyecto y los beneficiarios indirectos son las familias de cada uno de los jóvenes.

3. CAPÍTULO TERCERO

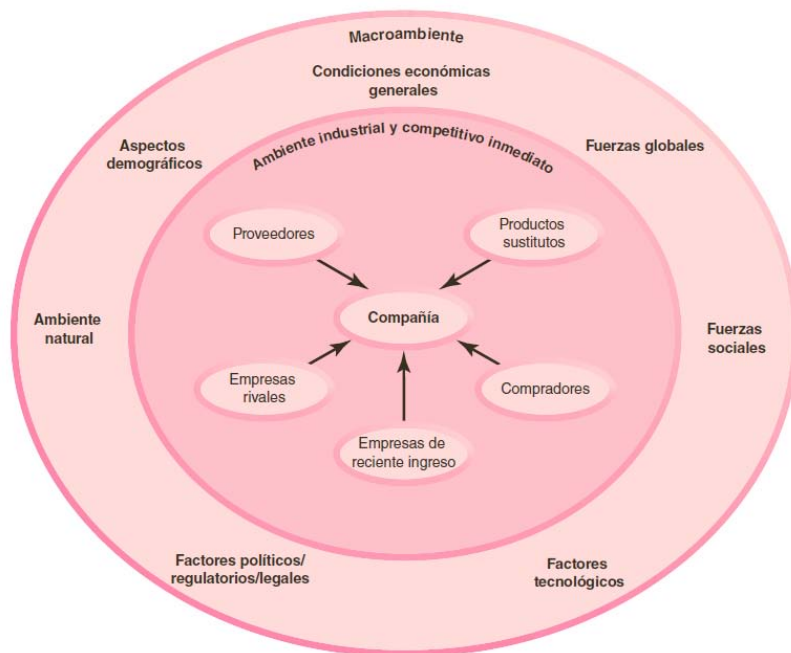
Análisis Sectorial

3.1. ANÁLISIS DE LOS SIETE COMPONENTES DEL MACROAMBIENTE

Para hacer un análisis completo de cualquier industria, y poder comprender mejor la dinámica en la que se encuentra, es muy importante saber que, se debe evaluar tanto el ambiente externo como el interno (ver imagen 1). El análisis del ambiente interno se lo realizará con las cinco fuerzas de Porter y el del ambiente global de la industria del entretenimiento se realizará mediante los siete componentes del macroambiente detallados a continuación.

Imagen No.1

Ambientes de una Industria



Fuente y Elaboración: Investigación Secundaria⁷

⁷ Thompson, Gamble Peteraf y Strickland. Administración estratégica. México D.F: McGraw-HILL, 2012

3.1.1. Aspectos Demográficos

Para la industria del Entretenimiento los aspectos demográficos como el crecimiento de la población, los ingresos, la distribución de edades, entre otros, son muy importantes para poder tomar decisiones respecto al giro del negocio o para adaptar la estrategia según los datos anteriormente mencionados.

Según datos del censo de 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), aproximadamente el 40% de la población son niños de 1 a 14 años, un 10% son adolescentes de 15 a 19 años, aproximadamente el 46% tienen entre 20 y 64 años, que serían el grupo de personas económicamente activas y apenas el 4% restante son personas de la tercera edad; datos con los que podemos concluir que la población de El Coca es joven con una edad promedio de 24 años.

Como se mencionó anteriormente la provincia de Orellana tuvo el porcentaje más alto de crecimiento de la población de 2001 al 2010, pasó de ser una provincia con 86.493 habitantes a tener 136.396 habitantes después 10 años. Éste es un factor a favor de la industria ya que significa que la demanda creció, por ende la industria requiere de más ofertantes. Una proyección del crecimiento de la población por provincias, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), predice un crecimiento para la provincia de Orellana del 5.2% para el 2012, un 5.3% para el 2015 y un 6.9% para el 2020. Se puede ver que no se esperan porcentajes de crecimiento altos, pero aun así el panorama es hacia el continuo crecimiento de la provincia.

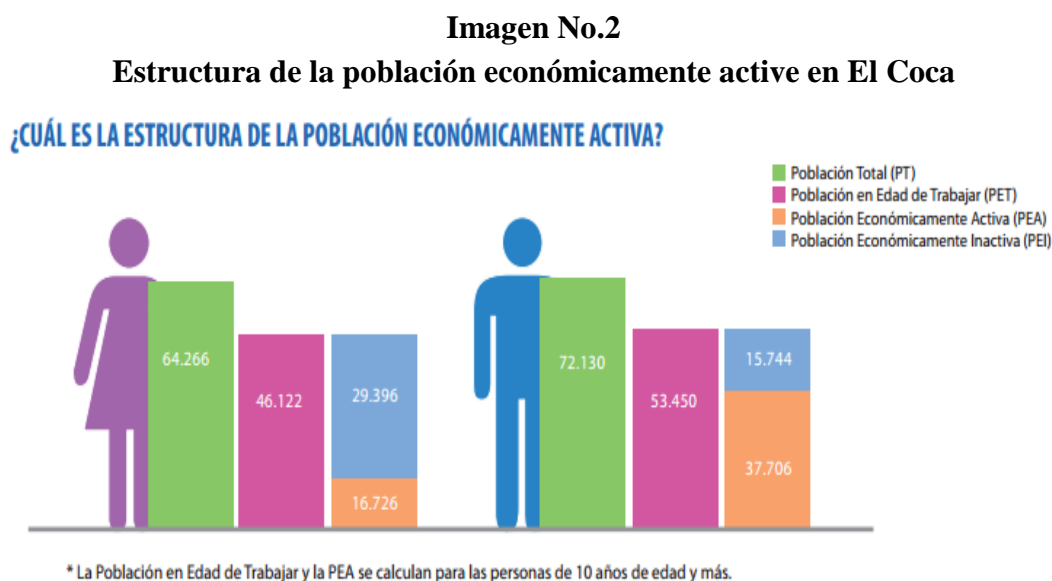
La economía de Orellana en su mayoría se dinamiza debido a la industria del petróleo, la cual hace poco sufrió una baja drástica en su precio a nivel mundial, lo que provocó que las petroleras tomaran la decisión de despedir a su personal, también pospusieron sus pagos a proveedores, lo que hizo que los ingresos de los habitantes disminuyeran. Esta situación afecta a la industria ya que las personas sin empleo o con circulante limitado prefieren gastar su dinero en las cosas y necesidades básicas de la

casa y dejan en un segundo plano las actividades de entretenimiento.

3.1.2. Fuerzas Sociales

El Coca es una ciudad en donde se pueden apreciar diversas culturas, si bien en su mayoría es habitada por colonos, existe un porcentaje de gente indígena, que según la entrevista realizada a Andrea Prado, son personas que no tienen una cultura de entretenimiento, y las familias que lo hacen no tienen una variedad amplia de lugares o actividades a realizar. En las comunas los indígenas tienen la tendencia a construir canchas deportivas que en su mayoría son usadas por hombres, en donde luego de realizar deporte, campeonatos barriales, etc., se convierten en espacios en donde se consume alcohol.

Por otro lado, el último censo Nacional de Vivienda indicó la estructura de la población económicamente activa de la provincia de Orellana y el desempeño de sus actividades laborales, como se refleja en las imágenes 2 y 3.

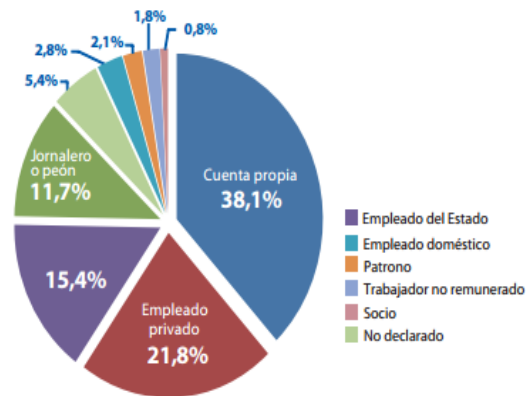


Fuente y Elaboración: INEC

Se puede evidenciar que la mayoría de los habitantes de la provincia de Orellana tienen negocios personales o son trabajadores del sector privado, contando con un 38,1% y un 21,8% respectivamente. Lo cual además indica la colaboración de las empresas privadas dentro de la provincia de Orellana.

Imagen No.3 En que trabajan los habitantes de Orellana

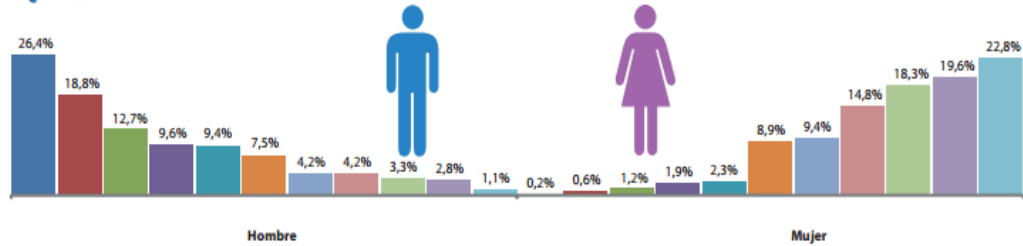
¿ EN QUÉ TRABAJAN LOS HABITANTES DE ORELLANA?



Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado privado	9.015	2.286
Cuenta propia	12.930	6.827
Jornalero o peón	5.434	651
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	5.328	2.677
No declarado	1.469	1.310
Empleada doméstica	129	1.344
Patrono	720	368
Trabajador no remunerado	656	299
Socio	308	133
Total	35.989	15.895

*Personas ocupadas de 10 años y más.

¿ DE QUÉ TRABAJAN LOS HAB. DE ORELLANA ?



Fuente y Elaboración: INEC

3.1.3. Factores políticos, legales y regulatorios

En el Ecuador existe la ley de turismo que beneficia a industria de entretenimiento ya que declara la promoción y desarrollo de las actividades turísticas en el país, como política prioritaria de estado y de interés nacional, tiene por objeto garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación, promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen la actividad turística, entre otros; además menciona en su artículo 54, dispone que lo que no estuviese previsto en dicha ley y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la organización mundial del turismo en Santiago de Chile. También está el reglamento para los centros turísticos comunitarios que norma el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Todos los negocios deben registrarse en el Servicio de Renta Internas SRI y

cumplir con la Ley de Régimen Tributario Interno, así como también tienen la obligación de afiliar a los empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), según la ley laboral, todos los trabajadores deben tener contrato, y no pagarles menos del sueldo mínimo, que éste año es de US \$354.00.

Existe la ley orgánica de regulación y control del poder de mercado, busca la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios. Los permisos necesarios para el funcionamiento de un negocio son: permiso de seguridad industrial que lo otorga el Cuerpo de Bomberos, la patente otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, el permiso anual del Ministerio de Turismo, y el permiso de la Dirección Provincial del Ambiente Orellana.

3.1.4. Ambiente natural

El clima del Ecuador por lo general es caluroso y tropical, no tiene climas extremos, lo que beneficia a la industria del entretenimiento ya que la oferta puede abrir todo el año y no tiene que cerrar en temporadas de intenso frío o calor como lo hacen en otros países.

La región de selva amazónica es muy favorecida por su clima húmedo, esto ayuda a que la naturaleza se regenere en poco tiempo en caso de existir daños; tiene decenas de ríos que cruzan por la región regando las tierras y haciéndolas fértil, es un sitio dotado de muchos recursos y es muy difícil que se ocasione algún tipo de escasez en cuanto a recursos naturales.

Por otro lado, a pesar de tener un clima perfecto existen ciertas fuerzas naturales que ocasionalmente causan algún tipo de siniestro, el más fuerte es el fenómeno del niño que aparece más o menos cada tres a ocho años, provocando inundaciones, deslizamientos de tierra y la aparición de cierto tipo de enfermedades.

3.1.5. Factores tecnológicos

La tecnología en muchos aspectos es de mucha ayuda y en otros afecta de manera negativa. Por ejemplo ahora para las empresas es mucho más fácil publicitar, se puede tener un gran alcance con publicidad en las redes sociales, páginas web o envío de correos, también ha facilitado la comunicación con personas que se encuentran al otro lado del mundo, fortaleciendo las relaciones familiares, amorosas, de amistad o de negocios a la distancia.

Por otro lado ha afectado las relaciones interpersonales, alejando a las personas de sus familias y amigos. Las personas pasan mucho tiempo frente a un televisor, celular o computador y no interactúan con otras personas, ya que con la tecnología se puede conversar, jugar, compartir fotos, etc., sin necesidad de estar sentados uno junto al otro.

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), indica que en promedio los ecuatorianos pasan con su familia tan solo una hora al día; el sociólogo Enrique Jara atribuye estos resultados al crecimiento de la tecnología y por ende al de las redes sociales. (Granda 2014, 17).

3.1.6. Fuerzas globales

Desde el 11 de marzo de 2015 el Gobierno Nacional aplicó un nuevo sistema de salvaguardias, se trata de la aplicación de aranceles a ciertas importaciones, quedando el 68% de las importaciones excluidas, ésta es una medida aprobada por la Organización Mundial de Comercio y es temporal, estará vigente por 15 meses. El 32% de las importaciones afectadas por dicho sistema tendrán aranceles desde el 5% hasta el 45% según el producto; en artículos de entretenimiento como televisores y equipos de audio se deberá pagar un 45% extra. (Ecuador 2015).

Otro punto a considerarse es que la crisis petrolera sigue, el valor del barril tiene un comportamiento a la baja, en septiembre de 2014 el barril costaba

aproximadamente US \$95 y para enero de 2015 había descendido a US \$45. Durante los siguientes meses se recuperó poco a poco hasta llegar a US \$60 en el mes de junio para nuevamente caer en julio a US \$50,2 (Maldonado 2015). Para Gonzalo Maldonado de la Cámara de Comercio de Quito “Salvo que ocurra un evento imprevisto de gran impacto geopolítico –como una nueva guerra del Golfo Pérsico o un agudizamiento del conflicto en Crimea- el precio del crudo bajará inexorablemente por una razón sencilla: por que existe más oferta que demanda”. El petróleo al ser un recurso no renovable se terminará en algún momento y parece que ese momento está cerca, la era petrolera se está terminando y Ecuador debe empezar a planificar cómo enfrentar el fin de ésta era para disminuir el impacto. Uno de los sectores a los que se le puede apostar en la etapa post-petróleo es el sector turístico, Ecuador tiene mucho que ofrecer en ese sentido.

3.1.7. Condiciones económicas generales

El Ecuador es un país con una economía pequeña con alta dependencia en la venta del petróleo, en el 2000 adopta el dólar como su moneda en curso legal, logrando una reducción del nivel de inflación y reactivando la actividad económica, otro impacto positivo de la dolarización fue la disminución de la tasa de desempleo (Bardomiano 2014).

Actualmente el gobierno del Presidente Rafael Correa tiene como fin una economía orientada al conocimiento y la innovación sostenible y diversificada, por lo que el gasto público conjuntamente con la inversión se ha incrementado debido a proyectos sociales, de infraestructura y transporte (Banco Mundial 2015). El tema de construcción y mejora de carreteras beneficia a muchas industrias incluyendo la de entretenimiento.

Por otro lado el volumen de los créditos entregados por la banca privada se ha reducido un 3.1% en comparación al 2014, los depósitos en los bancos se han contraído y los bancos están tomando menos riesgo a la hora de otorgar un préstamo, para que la

morosidad no aumente, señala el analista económico Andrés Vergara. Conjuntamente el analista José Hidalgo de la Corporación de Estudios para el Desarrollo, cree que el más afectado será el crédito para el sector empresarial, esto va de la mano con la reducción del volumen de créditos de consumo que paso de US \$280.000.000 en junio de 2014 a US \$226.000.000 en junio de 2015 (Proaño 2015, 4).

La perspectiva para éste año es que se tendrá una economía creciente pero no como en años anteriores, se producirá una disminución en el crecimiento debido a la caída del precio del petróleo y de la apreciación del dólar indicó Mateo Villalba, gerente del Banco Central del Ecuador (Universo 2015).

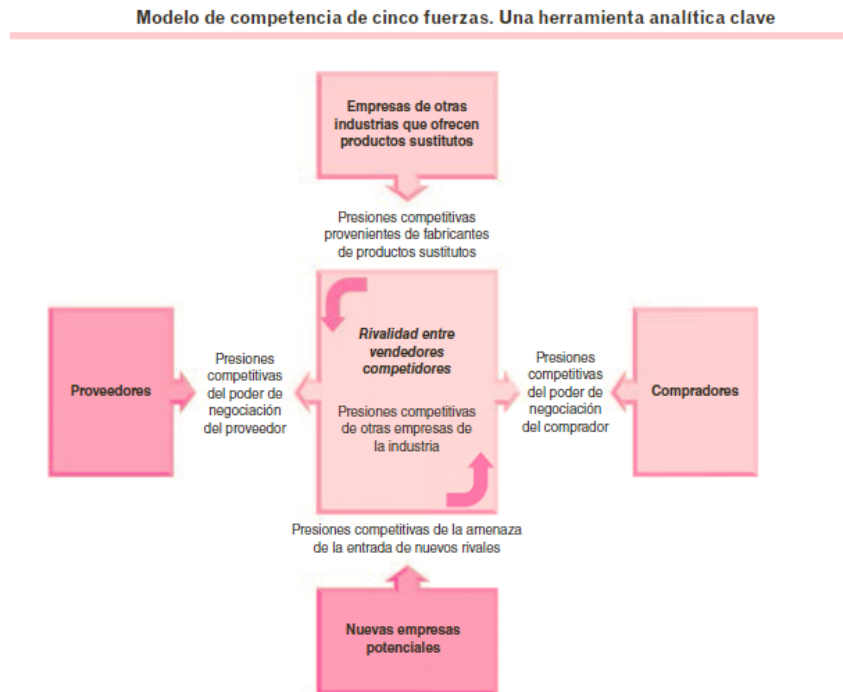
3.2. ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN BASE A LOS

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

“El modelo de competencia de cinco fuerzas es, por mucho, la herramienta más poderosa y de mayor uso para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una. Este modelo sostiene que las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad de la industria trascienden la rivalidad entre competidores e incluye presiones que nacen de cuatro fuentes coexistentes. Las cinco fuerzas competitivas incluyen 1) la competencia de vendedores rivales, 2) la competencia de nuevos participantes a la industria, 3) la competencia de los productores de productos sustitutos, 4) el poder de negociación de los proveedores y 5) el poder de negociación de los clientes” (Thompson 2012).

Imagen 4

Modelo de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente y Elaboración: Investigación Secundaria⁸

3.2.1. Rivalidad entre empresas actuales

“La intensidad de la rivalidad entre empresas competidoras tiende a aumentar a medida que el número de competidores se incrementa, conforme éstos se vuelven similares en cuanto a tamaño y capacidad, cuando la demanda por los productos de la industria disminuye, y cuando la reducción de precios se convierte en algo común. La rivalidad también crece cuando: los consumidores pueden cambiar de marca fácilmente; las barreras para abandonar el mercado son altas; los costos fijos son elevados; el producto es perecedero; la demanda del consumidor crece lentamente o declina hasta el punto en que los rivales terminan con un exceso de capacidad y/o de inventario; los bienes que se venden son productos básicos (difíciles de diferenciar, como la gasolina); las compañías rivales son diversas en cuanto a estrategias, orígenes y cultura, y cuando las fusiones y adquisiciones son comunes en la industria. Al intensificarse la rivalidad entre las empresas competidoras las utilidades de la industria disminuyen tanto, que en algunos casos ésta pierde todo su atractivo.” (David 2013).

⁸ Thompson, Gamble Peteraf y Strickland. Administración estratégica. México D.F: McGraw-HILL, 2012

Analizando las condiciones que provocan una alta rivalidad mencionadas por David Fred, y según lo hallado en el estudio de campo, el sector de entretenimiento familiar en la ciudad de El Coca tiene las siguientes características:

- No existe un número elevado de competidores, existen seis competidores de empresas privadas y no más de una docena de espacios públicos a donde se pueda acudir para recreación familia en el área urbana.
- La semejanza con otros competidores en cuanto a tamaño y capacidad es mínima entre algunos competidores y entre otros no existe semejanza.
- Últimamente si ha bajado la demanda, mencionan que se debe a la crisis petrolera por la que está pasando el país.
- Aun así no hay una baja de precios en los servicios y/o productos ofertados por el sector de entretenimiento.
- Los consumidores si pueden cambiar de marca o establecimiento con facilidad, debido a la cercanía entre establecimientos y a la facilidad de accesibilidad.
- No existen barreras para abandonar el mercado
- Las barreras de entrada son altas debido a la necesidad de un gran capital para la inversión y pago de impuestos y permisos, así como la dificultad para obtener éstos últimos.
- El producto o servicio no es perecedero
- Los costos fijos, como el de mantenimiento de piscinas, son altos
- Existe rivales con grandes áreas de entretenimiento, que en días de baja concurrencia se convierten en lugares con exceso de capacidad
- Los rivales vende productos y/o servicios similares

Por lo tanto se concluye que la rivalidad del sector de entretenimiento familiar entre las empresas existentes actualmente es moderada ya que tiene condiciones que provocan una rivalidad fuerte como la baja de la demanda o la facilidad para cambiar de

marca o establecimiento, entre otros y también tiene condiciones que hacen que la competitividad sea débil como el que no exista un alto número de competidores, la semejanza entre competidores en tamaño y capacidad es mínima, los precios de lo ofertado se mantienen, entre otros.

3.2.2. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores puede ser alta o baja según los siguientes parámetros propuestos por Thompson y otros:

- La amenaza es mayor si las barreras de entrada son bajas, y como se mencionó anteriormente el sector de entretenimiento tiene barreras de entrada altas.
- La amenaza es menor si los miembros de la industria quieren y pueden oponerse al ingreso de nuevos participantes, en la ciudad de El Coca se mencionaba que la oferta no está organizada ya que actualmente no es obligatorio pertenecer a ninguna organización, por lo que no se lograría generar una oposición vigorosa al ingreso de oferentes recién llegados.
- La amenaza es menor si el panorama de la industria es riesgoso e incierto lo que desalentaría a los nuevos competidores. El panorama en este caso no es desalentador, la provincia tiende al crecimiento y el sector del entretenimiento esta recién empezando a desarrollarse gracias a la iniciativa del gobierno de impulsar el turismo.
- La amenaza es mayor cuando hay un grupo de interesados por entrar con capacidad de superar las altas barreras de entrada. Debido a la antes mencionada baja de otorgamiento de créditos de la banca privada, el interés de invertir disminuye, en las entrevistas no se menciona futuros proyectos de la inversión privada, el único proyecto a futuro que ya está en desarrollo y tiene una primera etapa terminada es el Ecoparque Payamino, una obra del Municipio de Orellana.

- La amenaza es mayor cuando los integrantes actuales buscan ampliar su mercado. Los ofertantes encuestados mencionaron que el negocio no está en su mejor momento por lo que se descarta la posibilidad de ampliación de mercado.
- La amenaza es mayor cuando la demanda crece con rapidez y los recién llegados obtienen utilidades sin una fuerte reacción en las empresas ya existentes. Los ofertantes existentes mencionaron una baja de la demanda por lo que éste no sería el caso.

El sector de entretenimiento familiar en El Coca actualmente, no tiene amenaza de nuevos competidores, debido a factores como las altas barreras de entrada, la baja de la demanda, y a la no existencia de interesados que tengan el capital necesario para invertir en negocios de entretenimiento.

3.2.3. Poder de negociación de los compradores o consumidores

El comportamiento de compra del consumidor son las acciones y procesos de decisión de los clientes finales implicados en la compra y usos de los productos o servicios, este proceso consiste en el reconocimiento del problema, la búsqueda de información, la evaluación de las alternativas, la compra y la evaluación postcompra (Pride 1997, 176).

Son muchos los aspectos que influyen en el proceso de decisión de compra, pero si los consumidores están concentrados o compran por volumen su poder de negociación el alto, esto aumentará la fuerza de la competencia entre proveedores y estos trataran de ofrecer garantías extendidas o servicios especiales (David 2013, 78).

El poder de negociación de los compradores puede ser mayor en las siguientes características propuestas por Thompson y otros:

- Cuando los costos de cambiar a productos competidores son bajos. El costo de cambio de proveedor en la ciudad es bajo.
- Cuando los productos están estandarizados o no están diferenciados. En

la ciudad los productos y servicios en su mayoría se diferencia ya sea por el mercado al que está dirigido, por el precio o por el tipo de servicio ofertado.

- Cuando los compradores son grandes y pocos en relación con el número de vendedores. Los compradores en este caso no son grandes, son todos los habitantes de la ciudad.
- Cuando la demanda del comprador es débil con relación a la oferta. Este año la demanda ha bajado.
- Cuando los compradores están bien informados sobre la calidad precios y costos de todos los vendedores. Debido a la al tipo de servicios y productos ofertados y a la reducido espacio geográfico de la ciudad, los compradores están muy bien informados.
- Cuando los compradores pueden postergar las compras. Los compradores en este caso si pueden postergar su compra ya que el servicio o producto ofertado no cubre necesidades básicas.
- Cuando los compradores son sensibles al precio, cuando sus utilidades o ingresos son bajos. En la encuesta realizada la mayoría de encuestados tienen ingresos medianos, por lo que su sensibilidad al precio también debería ser mediana.

El poder de negociación de los compradores en la ciudad de El Coca es alta debido a que los costos para cambiarse de proveedor son bajos, a la baja demanda, a que están bien informados, a que pueden postergar sus compras y finalmente debido a que no son muy sensibles al precio.

3.2.4. Poder de negociación de los proveedores

“El poder de negociación de los proveedores también afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando hay un gran número de proveedores, cuando sólo existen unas cuantas materias primas sustitutas, o cuando el costo de cambiar a otras materias primas es especialmente alto. A menudo proveedores y

productores se ven más beneficiados si se ayudan entre sí con precios razonables, mejor calidad, desarrollando nuevos servicios, haciendo entregas a tiempo y reduciendo los costos de inventario; de esta manera mejoran la rentabilidad de todos los interesados en el largo plazo” (David 2013, 78).

En muchas industrias la mano de obra tiene mucha influencia, se ha evidenciado que los empleados bien calificados y los trabajadores sindicalizados, mediante negociaciones pueden quedarse con una gran parte de las utilidades de las industrias. El poder de la mano de obra es mayor cuando los trabajadores están organizados o cuando se impide que crezca la mano de obra (Porter 2009, 70).

El poder de negociación del proveedor es mayor en las siguientes circunstancias mencionada por Thompson y otros:

- Cuando los productos/servicios del proveedor son escasos. Los productos o servicios ofertados por la industria de entretenimiento familiar son muy comunes por lo que no escasean.
- Cuando los productos del proveedor son diferenciados. Son productos de uso común por lo que no son diferenciados.
- Cuando los miembros de la industria no representan una gran fracción de las ventas del proveedor. Por encontrarse en una ciudad pequeña en comparación a otras ciudades del país es muy probable que los ofertantes de la ciudad no represente un gran porcentaje de las ventas del proveedor.
- Cuando la industria de los proveedores está concentrada y dominada por unas cuantas compañías grandes. Debido a la mejora de la infraestructura de vía en el país en la última década, aumentó la cantidad de proveedores que llegan a la provincia a ofrecer sus productos o servicios para todas las industrias, lo que hace que el poder de negociación del proveedor sea menor.

En la ciudad de El Coca el poder de negociación del proveedor es baja debido a que los productos y servicios no escasean, no son diferenciados, los ofertantes de la ciudad no representan un gran porcentaje de sus ventas y porque su industria no está

concentrada ni dominada por grandes empresas.

3.2.5. Amenaza de los productos sustitutos

Las empresas de la mayoría de industrias compiten con las empresas que producen productos sustitutos. Todo sector industrial se ve limitado por los productos sustitutos ya que ponen un techo a los precios que pueden cobrarse realmente. Lo recomendado frente a los productos sustitutos es tomar acciones colectivas, aliarse con las demás empresas para atacar con fuerza (Porter 2009).

“Las presiones competitivas que surgen por los productos sustitutos aumentan a medida que el precio relativo de éstos disminuye, y conforme el costo en que incurren los consumidores por cambiar a ellos también se reduce. La fuerza competitiva de los productos sustitutos se mide mejor por la participación de mercado que logran esos productos, así como por los planes que hacen las empresas fabricantes para incrementar su capacidad y su penetración de mercado” (David 2013).

La amenaza de los productos sustitutos es mayor en las siguientes circunstancias mencionadas por Thompson y otros:

- Cuando los sustitutos son buenos, están disponibles fácilmente o aparecen nuevos. Según la investigación los productos sustitutos que en este caso son los lugares y atracciones turísticas que se encuentran fuera de la ciudad de El Coca, un 66% fueron calificadas como buenas y un 31% como regulares, tan solo el 3% fueron calificadas como malas. Son de fácil acceso ya que se puede llegar en carro o bus.
- Cuando los sustitutos tienen precios atractivos. Los precios de los sustitutos que se encuentran dentro de la provincia son muy parecidos a los ofertados en la ciudad.
- Cuando los usuarios finales incurren en costos bajos para cambiar a los sustitutos. El costo de cambiarse a los sustitutos es trasladarse distancias más largas lo que encarece el transporte y el otro factor es que necesitan de más tiempo libre por las distancias, se podría decir que el costo de cambiarse a sustitutos es medio.

La amenaza de los productos sustitutos en la ciudad de El Coca es alta, debido a que éstos son en su mayoría buenos o regulares, fácil de acceder con transporte público o privado, sus precios son parecidos a los de los ofertantes de la ciudad y los costos de cambiarse a sustitutos no son altos.

Cuando la rivalidad en las cinco fuerzas es alta, hace que la industria sea poco atractiva generando la caída de la rentabilidad, con pérdidas para algunos miembros de la industria y quiebras para otros. Sin embargo la industria puede seguir siendo poco atractiva si una o dos de las fuerzas son altas, provocando que muchas empresas salgan del negocio. Se debe analizar las fuerzas con mayor intensidad, si la industria tiene más de una fuerza con competitividad alta, significa que dicha industria se tendrá que enfrentar a más retos competitivos. Una empresa es atractiva cuando la competitividad de las 5 fuerzas es de moderada a débil ya que se obtienen grandes ganancias y un buen retorno de la inversión (Thompson 2012). Para que una industria sea atractiva y obtenga buenas ganancias, Thompson propone que debe tener las siguientes características:

- El poder de negociación tanto de clientes como de proveedores es débil
- No hay buenos sustitutos
- Las barreras de entrada son altas
- La rivalidad entre los vendedores actuales es moderada

La industria de entretenimiento en El Coca es atractiva ya que la intensidad de la rivalidad de las cinco fuerzas es de moderada a débil, solo tiene una fuerza alta que el poder de negociación de los consumidores, las características de la rivalidad del sector son las siguientes:

- El poder de negociación de los clientes o consumidores es alta, mientras que la de los proveedores es baja
- Si existen buenos productos y servicios sustitutos
- La barreras de entrada son altas

- La rivalidad entre vendedores actuales es moderada

4. CAPITULO CUARTO

Identificación de Oportunidades y Conclusiones

4.1. RESUMEN DEL ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO

Para analizar los factores externos, clave del sector de entretenimiento se realizó una lista de factores del macroambiente encontrados. Se obtuvo una puntuación ponderada de 2.02 (ver tabla No. 5 y tabla No. 6), lo cual significa que el sector no está aprovechando las oportunidades al máximo y por ende, no está evadiendo las amenazas.

Las siguientes tablas indican que el sector está por debajo del promedio que es 2.50, pero también, cabe resaltar que no se aleja mucho del promedio, debido a que no tiene la calificación mínima de 1.00. El factor más relevante dentro de la matriz al momento de iniciar negocios de tipo recreacionales es la otorgación de créditos por parte de la banca privada con 0.13, seguida por la inestabilidad del precio del petróleo.

Tabla No. 5

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)				
Oportunidades		Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
1	Crecimiento de la población para 2020 del 6.9%	0.09	3	0.27
2	Población joven que disfruta el entretenimiento	0.10	2	0.2
3	Impulso del turismo por parte del Gobierno	0.08	3	0.24
4	Clima tropical	0.09	1	0.09
5	Estar dolarizados redujo la inflación	0.07	3	0.21
6	Crecimiento de la economía en 2015	0.08	2	0.16

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Tabla No. 5 – Continuación

Amenazas		Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
1	Inestabilidad del precio del petróleo	0.11	1	0.11
2	Pérdida de identidad de los pueblos indígenas	0.10	2	0.2
3	Aumento de Instituciones reguladoras	0.09	1	0.09
4	Tecnología hace a las personas sedentarias	0.07	2	0.14
5	Sistema de salvaguardias	0.07	3	0.21
6	Disminución de otorgamiento de créditos banca privada	0.13	2	0.26
TOTAL		1.00		2.02

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Con la información antes obtenida también se identificó y se hizo un listado de los factores internos claves (ver tabla No. 6).

Tabla No. 6

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)				
Fortalezas		Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
1	No existe un número elevado de competidores	0.15	3	0.45
2	No existen nuevos competidores	0.14	3	0.42
3	Los productos y servicios se diferencian	0.10	4	0.40
4	Los Precios se han mantenido	0.09	3	0.27
Debilidades		Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
1	Pocas oferta en relación a la demanda	0.14	2	0.28
2	Falta realizar promoción	0.13	1	0.13
3	Falta crear lealtad	0.13	2	0.26
4	Falta de control de calidad	0.12	2	0.24

TOTAL	1.00		2.45
--------------	-------------	--	-------------

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

El resultado de la evaluación de factores internos claves del sector de entretenimiento tuvo una puntuación ponderada de 2.45. Se puede visualizar que éste resultado se encuentra muy cerca del promedio, lo cual significa que hay un equilibrio entre fortalezas y debilidades.

4.2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO SEGÚN EL ANÁLISIS SECTORIAL

Después de un análisis, tanto externo como interno, del sector del entretenimiento familiar se puede observar e identificar oportunidades de negocio a partir de las necesidades de los encuestados y/o a partir de la experiencia de los entrevistados. Permitirá analizar tendencias, cambios e ineficiencias en el mercado, se identificará los problemas actuales del sector ya que las respuestas a todos estos factores podrían ser oportunidades de negocio.

Analizando los porcentajes más altos de las respuestas de las encuestas se obtiene un perfil aproximado del cliente o consumidor promedio en la ciudad de El Coca, con estos datos el negocio debería tener las siguientes características:

- Tener un ambiente fresco y juvenil.
- Tener áreas verdes, debe mezclarse con la naturaleza.
- Debe estar enfocado a la clase media y/o media-alta.
- Debe estar en un sitio seguro y de fácil acceso, con lugar para parqueo.
- Debe prestar un servicio y/o producto de calidad.

En cuanto a las necesidades, gustos y deseos de los habitantes, las personas demandan en primer lugar canchas deportivas, al parecer no hay las suficientes y las que hay se encuentran un poco alejadas y el coliseo de la ciudad se encuentra en mal estado. El Parque La Carolina de la ciudad de Quito fue mencionado varias veces por sus

amplios espacios con vegetación, ciclo paseo, pista para correr o trotar, botes, canchas, juegos para niños, actividades tanto para niños como para adultos.

Otras oportunidad de negocio son un centro comercial y un cine, estos sitios ya existen en la ciudad de El Coca y al parecer no atraen a muchos clientes. El problema con el centro comercial que existe, es que los locales son muy difíciles de pagar para los pequeños empresarios y no hay marcas grandes que estén interesadas en ofrecer sus productos en El Coca, por tal motivo, los locales dejaron de funcionar como tal y decidieron rentar para oficinas de instituciones como el Ministerio de Turismo, lo mismo pasa con el cine, no pertenece a ninguna de las marcas comerciales de cines que existen en el Ecuador, por lo que no proyectan películas taquilleras o de estreno, lo que no hace tan atractivo para las familiar ir al cine.

Hay oportunidades de negocio para parques acuáticos o parques de diversiones, ya que no existen ni en la ciudad ni en la provincia, son proyectos gigantes que necesitan de mucha inversión, estos al igual que el centro comercial y el cine, son grandes oportunidades de negocio si se cuenta con un capital elevado.

Hay pequeños nichos de mercados que demandan lugares recreacionales, con piscinas, canchas y un buen restaurante, todo en un mismo lugar; el salir a comer con la familia es considerado una actividad de entretenimiento para las personas de El Coca, por lo que un restaurante o un lugar recreacional que tenga restaurante, sería una buena oportunidad de negocio. Actualmente existe solo un lugar recreacional en la ciudad del Coca, denominado La Isla, que tiene restaurante, piscina, pista de Karting, canchas de futbol y discoteca.

También hay otro nicho de mercado que demanda lugares en donde realizar deportes de aventura. En la actualidad, solo existe el Ecoparque Payamino Yacu, que tiene como proyecto implementar una fase con lugares para realizar deportes de aventura, por lo que hay oportunidad de negocio en actividades de deporte extremo.

Por otro lado la información obtenida por la oferta existente no fue muy

alentadora, se menciona que la demanda ha bajado en lo que va del año, cada vez aumentan requisitos para poder obtener los permisos de funcionamiento y que los impuestos a pagar son altos; en las entrevistas se mencionó que los costos de terrenos y locales de arriendo también son altos. Todos estos factores deben ser tomados en cuenta antes de iniciar un negocio en la ciudad de El Coca, Se estima que existen oportunidades de negocio pero implican tener un gran capital o adquirir una gran deuda, para poder incurrir con los costos de la inversión y mantenerse en el mercado el primer año hasta que el negocio empiece a dar utilidades.

El análisis interno de la intensidad de la rivalidad en las cinco fuerzas dio como resultado una industria atractiva con niveles de rivalidad moderada a débil, los administradores deben enfocarse en el poder económico de los consumidores y en los productos sustitutos que son aspectos con un nivel alto, para poder obtener mejores rentabilidades.

Por otro lado el panorama externo del sector de entretenimiento tiene sucesos tanto positivos como negativos, el crecimiento acelerado de la población hace que la oferta existente ya no sea suficiente, dando lugar a nuevos negocios. La inversión en infraestructura para el transporte y el impulso que el gobierno le ha dado al sector turístico hace que la industria sea atractiva para nuevos ofertantes, a esto hay que sumarle las buenas relaciones que mantiene el Ecuador con países de Latinoamérica, Asia y África, lo que abre puertas para los negocios que deseen crecer internacionalmente.

Lo que actualmente puede afectar a la industria, dependiendo del tipo de servicio o producto que se ofrezca, o dependiendo del giro o del enfoque del negocio es la disminución de créditos otorgados por la banca privada, lo que limita a las personas que no cuentan con el capital para realizar inversiones, las salvaguardias, temporalmente, en caso de querer importar equipos de entretenimiento, el conflicto con potencias como Estados Unidos que es considerada la capital de la industria del entretenimiento y el

conflicto nacional entre partidarios de Alianza País y la oposición, dan inestabilidad al país y ahuyentan a la inversión.

4.3. PROPUESTA DE OPORTUNIDADES

Se propone al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, trabajar en un proyecto a mediano o largo plazo de un parque más extenso no solo en dimensiones sino también en cuanto a actividades. El Ecoparque Payamino Yacu está enfocado a actividades como turísticas como el senderismo es la observación de flora y fauna, que también son actividades mencionadas en los resultados de las encuestas, pero lo que principalmente demandan los habitantes es un lugar lleno de naturaleza, donde prevalezcan las áreas verdes, lagos artificiales, etc., con canchas deportivas múltiples, con carril para bicicletas y carril para caminar o trotar, con atracciones y juegos para los más pequeños, es una idea más enfocada al deporte.

Se propone hacer alianzas estratégicas con las empresas comerciales de cines como Multicines, Cinemark o Supercines, para mejorar el producto y el servicio que actualmente se está ofreciendo, se daría un modelo de ganar-ganar, ya que de esta manera ganan los habitantes, con una buena opción para entretenerse en familia y ganan los empresarios con el aumento de la demanda.

Para la inversión privada también se propone negocios como alquiler de canchas sintéticas, piscinas de recreación con toboganes y/o piscinas olímpicas con servicio de clases de natación o cursos de verano, o restaurantes enfocados a la clase media y media-alta. Si la capacidad de endeudamiento es mayor un lugar recreacional, “todo en uno”, con piscinas, canchas y restaurante es una muy buena oportunidad de negocio en la ciudad de El Coca.

Para saber si estas oportunidades de negocio son reales se recomienda realizar un análisis propuesto por Richard Buskirk para evaluar fortalezas y debilidades de una idea de negocio y su potencia como oportunidad de negocio, Buskirk definió el negocio ideal

en un grupo de 20 características o atributos, a los cuales se debe evaluar en una escala del 1 al 10, en donde 10 significa “de acuerdo” y 1 significa “en desacuerdo”, posteriormente se suman las respuestas obteniendo un puntaje que se debe interpretar con los siguientes parámetros: de 200 a 170 puntos = Tiene el perfil de una oportunidad de negocio, de 169 a 140 puntos = Tiene potencial para ser oportunidad de negocio, de 139 a 100 puntos = Falta claridad para ser oportunidad de negocio y de 99 a 0 puntos = deseche la idea (Francisco Rodríguez s.f.).

Estas 20 características seguramente no las tiene ningún negocio por más exitoso que sea, la idea es, ver cuanto se acerca la idea de negocio propuesta a el negocio ideal propuesto por Buskirk (ver imagen 5).

Imagen 5

Características del negocio ideal y cálculo de potencial de negocio

INSTRUCCIONES: LEA CON DETENIMIENTO CADA ASPECTO, RAZONE SU RESPUESTA Y CIRCULE LA VALORACIÓN QUE MEJOR SE AJUSTE A LA IDEA DE NEGOCIO QUE ESTÁ EVALUANDO

EL NEGOCIO QUE UD. ESTÁ PENSANDO...	En desacuerdo					De acuerdo				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) No requiere inversión.										
2) Posee un mercado ya establecido.										
3) Se tiene clara la necesidad y el producto requerido.										
4) Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos (principal materia prima).										
5) No tiene regulaciones gubernamentales adversas.										
6) No requiere de una gran cantidad de trabajadores.										
7) Ganancia bruta del 100%.										
8) La demanda es frecuente y continua.										
9) Las condiciones tributarias son favorables.										
10) Existe un sistema de distribución y/o comercialización, sólido y confiable.										
11) Los clientes pagan por adelantado.										
12) Es fácil lograr un alto valor publicitario.										
13) Está exento de responsabilidad civil alguna (no afecta a los usuarios).										
14) No hay riesgo de obsolescencia. La moda no impacta.										
15) Las condiciones medioambientales (temperatura, pluviosidad, etc.) no afectan.										
16) No hay problema de derechos de propiedad intelectual.										
17) No hay competidores que me desplacen en el corto plazo.										
18) Se puede manejar un precio al cual los clientes estén dispuestos a comprar.										
19) No exige tecnología sofisticada.										
20) Conozco todos los aspectos y detalles del negocio.										
TOTALES (frecuencias por columnas)										

Ahora vemos los puntajes obtenidos, siguiendo las siguientes instrucciones complete la tabla que sigue a continuación:

- Paso 1: Coloque en la columna "A" los valores obtenidos en los TOTALES del recuadro anterior.
- Paso 2: Multiplique el resultado de la columna "A" por el valor de la columna "B" y el resultado anótelo en la columna "C".
- Paso 3: Sume verticalmente los puntajes obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al PUNTAJE TOTAL.

	A		B		C
Total de aspectos valoradas en 1:		x	1	=	
Total de aspectos valoradas en 2:		x	2	=	
Total de aspectos valoradas en 3:		x	3	=	
Total de aspectos valoradas en 4:		x	4	=	
Total de aspectos valoradas en 5:		x	5	=	
Total de aspectos valoradas en 6:		x	6	=	
Total de aspectos valoradas en 7:		x	7	=	
Total de aspectos valoradas en 8:		x	8	=	
Total de aspectos valoradas en 9:		x	9	=	
Total de aspectos valoradas en 10:		x	10	=	
PUNTAJE TOTAL					

Fuente y Elaboración: Investigación Secundaria⁹

⁹ Francisco Rodríguez y Jonathan Moreno. <http://www.uv.es>. Manual para la identificación de oportunidades de negocio. s.f.

A continuación dos ejemplos de cálculo de potencial de negocio con los negocios propuestos.

Ejemplo 1.- Lugar con piscinas

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DE UN LUGAR CON PISCINAS										
EL NEGOCIO QUE USTED ESTÁ PENSANDO	EN DESACUERDO					DE ACUERDO				
No requiere inversión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Posee un mercado ya establecido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Se tiene clara la necesidad y el producto requerido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No tiene regulaciones gubernamentales adversas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No requiere de una gran cantidad de trabajadores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ganancia bruta del 100%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
La demanda es frecuente y continua	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Las condiciones tributarias son favorables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Existe un sistema de distribución/comercialización sólido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Los clientes pagan por adelantado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Es fácil lograr un alto valor publicitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Está exento de responsabilidad civil alguna	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No hay riesgos de obsolescencia. La moda no impacta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Las condiciones medioambientales no afectan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No hay problema de derechos de propiedad intelectual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No hay competidores que me desplacen en el corto plazo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Se puede manejar un precio al que estén dispuestos a comprar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No exige tecnología sofisticada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Conozco todos los aspectos y detalles del negocio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TOTAL	1	0	0	0	0	4	2	5	5	3

	A		B		C
Total de aspectos valorados en 1	1	X	1	=	1
Total de aspectos valorados en 2	0	X	2	=	0
Total de aspectos valorados en 3	0	X	3	=	0
Total de aspectos valorados en 4	0	X	4	=	0
Total de aspectos valorados en 5	0	X	5	=	0
Total de aspectos valorados en 6	4	X	6	=	24
Total de aspectos valorados en 7	2	X	7	=	14
Total de aspectos valorados en 8	5	X	8	=	40
Total de aspectos valorados en 9	5	X	9	=	45
Total de aspectos valorados en 10	3	X	10	=	30
PUNTAJE TOTAL					154
ESTA DENTRO DEL RANGO "169 A 140=Tiene potencial para ser oportunidad de negocio"					

Ejemplo 2. – Restaurante

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DE UN RESTAURANTE											
EL NEGOCIO QUE USTED ESTÁ PENSANDO	EN DESACUERDO					DE ACUERDO					
No requiere inversión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Posee un mercado ya establecido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Se tiene clara la necesidad y el producto requerido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No tiene regulaciones gubernamentales adversas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No requiere de una gran cantidad de trabajadores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ganancia bruta del 100%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
La demanda es frecuente y continua	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Las condiciones tributarias son favorables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Existe un sistema de distribución/comercialización sólido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Los clientes pagan por adelantado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Es fácil lograr un alto valor publicitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Está exento de responsabilidad civil alguna	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No hay riesgos de obsolescencia. La moda no impacta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Las condiciones medioambientales no afectan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No hay problema de derechos de propiedad intelectual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No hay competidores que me desplacen en el corto plazo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Se puede manejar un precio al que estén dispuestos a comprar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
No exige tecnología sofisticada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Conozco todos los aspectos y detalles del negocio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
TOTAL	0	0	0	0	1	4	3	4	7	1	

	A		B		C	
Total de aspectos valorados en 1	0	X	1	=	0	
Total de aspectos valorados en 2	0	X	2	=	0	
Total de aspectos valorados en 3	0	X	3	=	0	
Total de aspectos valorados en 4	0	X	4	=	0	
Total de aspectos valorados en 5	1	X	5	=	5	
Total de aspectos valorados en 6	4	X	6	=	24	
Total de aspectos valorados en 7	3	X	7	=	21	
Total de aspectos valorados en 8	4	X	8	=	32	
Total de aspectos valorados en 9	7	X	9	=	63	
Total de aspectos valorados en 10	1	X	10	=	10	
PUNTAJE TOTAL					155	
ESTA DENTRO DEL RANGO "169 A 140=Tiene potencial para ser oportunidad de negocio"						

Se tomó como ejemplo el lugar con piscina y el restaurante en base a los resultados de las encuestas a los habitantes de El Coca, son lugares demandados por lo

que se les considera posibles oportunidades de negocio. Los resultados del cálculo de potencial de negocio de estos lugares son positivos, las dos propuestas entraron en el rango de 169 a 140 que se traduce como lugares que tienen potencial para ser oportunidades de negocio.

4.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.4.1. Conclusiones

- Gracias a gran parte de las entrevistas como por ejemplo la de Sandra Valdez, colaboradora del Ministerio del Turismo dentro del Coca, se puede concluir que dentro de ésta ciudad el desarrollo turístico tiene poco o nada que ver con los recursos petroleros de la misma, por ende el desarrollo turístico se puede evidenciar con el registro de visitantes.
- La incorporación de centros de diversión familiares deben cumplir con las normas estabilizadas por el Ministerio de Turismo, pero a su vez, pueden contar con la asesoría necesaria para iniciar actividades de éste tipo.
- Con los resultados de las encuestas y la entrevista a Lucy Duran, jefe de operaciones de Sacha Lodge, se pudo concluir que existen más alternativas para adultos, y que el mercado del entretenimiento familiar apenas se está desarrollando.
- Con el análisis de la cinco fuerzas de Porter se llegó a la conclusión que la intensidad de la rivalidad no es alta en tres de los cinco aspectos analizados, por otro lado el poder de decisión del comprador y la amenaza de los productos sustitutos es alta, lo que significa que el sector de entretenimiento en la ciudad de El Coca produce utilidades aceptables convirtiéndolo en una industria moderadamente atractiva.
- Con el levantamiento de información realizado, de los lugares de entretenimiento familiar existentes en el sector, se llegó a la conclusión de que si

hay actualmente alternativas de lugares para esparcimiento y entretenimiento familiar en la ciudad (piscinas, museos, parques, cines, tours náuticos y un centro comercial) y las instalaciones, en su mayoría, se encuentran en buen estado debido a que muchos son relativamente nuevos y el resto han realizado remodelaciones.

- Con base en los resultados de las encuestas, se concluyó que los habitantes de la ciudad de El Coca están demandando lugares de recreación familiar con piscinas, restaurantes, canchas deportivas y áreas verdes. El crecimiento de la población es tan acelerado que cada vez hay más demanda que oferta, existe una demanda insatisfecha que solicita más lugares de esparcimiento, lo que significa la existencia de oportunidades de negocio.
- Gracias a la entrevista con Daniel Pauker, presidente de la Cámara de Turismo se informó que todos los lugares turísticos naturales se encuentran controlados por las distintas entidades de Orellana, por lo que el daño ambiental de éstos es mínimo y en algún caso nulo.
- La información existente de los lugares turísticos ubicados en los distintos cantones aledaños y los resultados de las encuestas a los habitantes demuestra que la amenaza de los productos sustitutos es alta, tanto el cantón como la provincia, poseen varios sitios turísticos, con instalaciones en buen estado y con precios muy atractivos.
- Gracias a las entrevistas a los ofertantes de entretenimiento con piscinas, el aumento de instituciones controladoras no está ayudando al desarrollo de las pequeñas y medias empresas, debido a la cantidad de tiempo y de dinero que los ofertantes requieren para conseguir los permisos de funcionamiento.
- Los ofertantes entrevistados han notado una baja en la demanda en este año, especialmente en el segundo semestre, lo que se espera que sea una situación temporal, en base a las predicciones de crecimiento de la economía y del

crecimiento de la población, tanto en este como en los siguientes años.

- Según la información obtenida en las encuestas los habitantes de El Coca, son personas muy cercanas a sus familias, con las cuales les gusta compartir varias veces a la semana.
- Gracias a las entrevistas con Lucy Duran, jefe de operaciones de Sacha Lodge y con Sandra Valdez, especialista en mercados y fomento turístico del Ministerio de Turismo se concluye que las oportunidades de negocio existentes deben tener un giro turístico ya que el ingreso de turistas a la provincia de Orellana no ha registrado una baja en la demanda, caso contrario, se ha mantenido. Además con la promoción que el Gobierno está haciendo del turismo en Ecuador, se estima que aumentará no solo la demanda nacional, sino también la extranjera.

4.4.2. Recomendaciones

Entre las principales recomendaciones se encuentran las siguientes:

- Se recomienda a los entes municipales trabajar en proyectos recreacionales al estilo aire libre ya que un 45.5% de los encuestados realizan actividades al aire libre como paseos por el malecón o por los parques de la ciudad. También se podrían hacer actividades como mini ferias en los distintos parques, como se acostumbra a hacer en países como Estados Unidos, que a su vez sirvan de punto de referencia entre nuevos inversionistas y habitantes del Coca.
- Se recomienda a la inversión privada, toma como referencia datos revelados dentro del presente estudio, específicamente en la encuesta la cual indica que los entrevistados gastan alrededor de \$50 semanalmente en entretenimiento o recreación, al momento de proponer nuevos negocios dentro de la ciudad del Coca.
- Del mismo modo, se recomienda a los inversionistas a publicitar sus productos o servicios en los lugares cercanos como Loreto, Sacha, en base a la cercanía de estos lugares con respecto a la ciudad del Coca.

- Se recomienda la inversión en lugares deportivos, como alquiler de canchas de futbol o alquiler de canchas múltiples en los cuales se podría realizar dos o tres deportes, como por ejemplo en una misma cancha se puede utilizar para jugar futbol, básquet o vóley, según el gusto de los clientes.
- Se recomienda a los dueños de los cines, tanto del cine ubicado en el Centro Comercial como el cine de la nueva Terminal Terrestre, a aliarse con las cadenas de cine que funcionan en el Ecuador, para tener una cartelera más actualizada.
- Se recomienda que el lugar en donde se vaya a ofrecer el producto a servicio tenga las siguientes características:
 - Espacios para parquear, ya que en los resultados de la encuesta se puede ver que aproximadamente el 45% de las personas se traslada en sus propios vehículos.
 - Cumplir con las seguridades necesarias ya que es la característica más importante para los encuestados al momento de elegir un lugar de entretenimiento.
 - Los servicios o productos ofertados tienen que ser de buena calidad
- Se recomienda esperar a que el país se estabilice un poco y defina su situación política y se calme el conflicto socio político para empezar con cualquier negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar-Barojas, Saraí. «Redalyc.org.» *Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones*. 2005. <http://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf> (último acceso: Febrero de 2015).
- Banco Mundial, www.bancomundial.org. 15 de abril de 2015. <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- Bardomiano, Osvaldo. «www.economia.unam.mx.» *Ecuador: panorama y evolución económica reciente*. abril de 2014. <http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econinfo/385/08bardomiano.pdf> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- Corral, Diego Vega y Germán. *Impacto de la oferta y consumo de servicios de entretenimiento familiar en el cantón Quito para el periodo 2006-2011*. Quito, mayo de 2013.
- David, Fred R. *Conceptos de Administración Estratégica Decimo Cuarta Edición*. México: Pearson Education, 2013.
- Ecuador, Presidencia República del. *Presidencia República del Ecuador*. 6 de marzo de 2015. <http://www.presidencia.gob.ec/comunicado-oficial-nuevo-sistema-de-salvaguardias/> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- Francisco Rodríguez, Jonathan Moreno. «<http://www.uv.es>.» *Manual para la Identificación de oportunidades de negocio*. s.f. http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_dentificacionOportunidades_SAE.pdf (último acceso: 1 de Agosto de 2015).
- GAD Municipal, Francisco de Orellana. *Orellanaturistica*. 2013. <http://www.orellanaturistica.gob.ec/> (último acceso: Abril de 2015).
- GAD Municipal, Francisco de Orellana. «Guía Turística.» *Cantón Francisco de*

- Orellana. Coca: Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico, 2014.
- Granda, Amanda. «El tiempo para compartir con la familia se reduce a una hora diaria.» *EL COMERCIO*, 2014: 17.
- <http://definicion.de>. <http://definicion.de>. 2015. <http://definicion.de/modelo-de-negocio/> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- IAT, Innovación y Tecnología. <http://www.iat.es/>. 2015. <http://www.iat.es/docs/pe/n2/pe-e-es.pdf> (último acceso: 1 de Julio de 2015).
- King, Shay Sayre & Cynthia. *Entertainment and society*. Nueva York: Routledge, 2010.
- Maldonado, Gonzalo. «¿Por qué y hasta dónde bajará el WTI?» *CRITERIOS*, 8 de 2015: 40-43.
- Marín, Villada Alba Lucía. *Metodología de la Investigación y Formulación de Proyectos*. Editorial Humanet, 2011.
- Montevideo, Escuela de Negocios de la Universidad de. *Sócrates*. 2010. <http://socrates.ieem.edu.uy/> (último acceso: Febrero de 2015).
- Porter, Michael E. *Estrategia competitiva*. Madrid: Ediciones Pirámide, 2009.
- Pride, O.C.Ferrell - William M. *Marketing conceptos y estrategias*. Santafé de Bogota: McGraw-Hill, 1997.
- Proaño, Gabriel. «El volumen del crédito privado se reduce.» *EL COMERCIO*, 2015: 4.
- Sayre, Shay & Cynthia King. *Entertainment and Society, Influences, Impacts, and Innovations*. Nueva York: Routledge, 2010.
- Supo, Dr. José. *Bioestadístico*. 2010-2015. http://www.bioestadistico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=153:calculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46:calculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213 (último acceso: Febrero de 2015).
- Thompson, Gamble Peteraf y Strickland. *Administración estratégica*. Mexico D.F: McGRAW-HILL, 2012.

- Universon, El. *La economía de Ecuador crecerá solo el 1,9% en el 2015, señala Banco Central*. 5 de junio de 2015.
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/06/05/nota/4943931/economia-ecuador-crecera-solo-19-2015> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- Vélez, Jaime Enriquez. *www.eldiario.ec*. 3 de julio de 2013.
<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/272108-ecuador-y-sus-relaciones-internacionales/> (último acceso: 1 de julio de 2015).
- Vogel, Harold L. *Entertainment Industry Economics*. Nueva York: Cambridge University Press, 2011.

ANEXOS

ANEXO 1
EJEMPLO DE ENCUESTA PARA LA DEMANDA
ENCUESTA SOBRE EL ENTRETENIMIENTO FAMILIAR EN LA CIUDAD
DEL COCA

Hombre____ Mujer____

Edad: ____

Estado civil: _____

Lugar de Nacimiento: _____

Tiempo aproximado que lleva viviendo en El Coca: _____ años

1.- ¿Indique el número de familiares con los que vive? Coloque una X.

De 1-3__

De 4-6__

De 7-10 __

Más de 10 __

2.- ¿Cuán importante es para usted realizar actividades en familia? En una escala del 1 al 5, en donde: 1 es NADA importante y 5 es MUY importante. Marque con una X

1__ 2__ 3__ 4__ 5__

3.- ¿Qué actividades en familia realiza de lunes a viernes en su tiempo libre?

Coloque una X.

Ninguna____

Ver Televisión____

Deporte__

Salir de paseo ____

Otros Especifique: _____

4.- ¿Qué actividades en familia realizan los fines de semana, feriados y días festivos?

Coloque una X.

Ninguna____

Ver Televisión____

Deporte__

Salir de paseo ____

Otros Especifique: _____

5.- ¿Qué tan seguido realizan actividades de entretenimiento familiar? Coloque una X.

De 1 a 2 veces al mes__

De 1 a 2 veces a la semana __

De 3 a 5 veces a la semana __

Más de 5 veces a la semana ____

6.- ¿Cuánto gasta aproximadamente en entretenimiento familiar a la semana? Coloque una X.

De \$0 a \$50__

De \$50 a \$100__

De \$100 a \$300__

De \$300 a \$500__

\$500 o más__

Para las siguientes preguntas tomar en cuenta que la ciudad del Coca limita con los ríos Napo, Coca y Payamino y en su extremo Noroeste con las vías Coca-Loreto y Coca-Joya de los Sachas/Lago Agrio.

7.- ¿A qué lugares acuden para realizar actividades de entretenimiento familiar dentro de la ciudad del Coca?

LUGAR	PRECIO POR PERSONA	ESTADO DE INSTALACIONES (bueno/regular/malo)

8.- ¿A qué lugares acuden para realizar actividades de entretenimiento familiar fuera de la ciudad del Coca?

LUGAR	PRECIO POR PERSONA	ESTADO DE INSTALACIONES (bueno/regular/malo)

9.- Podría concluir que para realizar actividades de entretenimiento familiar acude más a lugares que se encuentran...

En la ciudad del Coca ____ o Fuera de la ciudad del Coca ____
¿Por qué razón?

10.- ¿Qué lugares de entretenimiento familiar le gustaría tener en la Ciudad de El Coca o qué tipo de actividades de entretenimiento familiar le gustaría realizar?

11.- ¿Al momento de elegir un lugar de entretenimiento familiar que tan importante son las siguientes características? En una escala del 1 al 5, siendo 1 NADA importante y 5 MUY importante. Coloque una X.

Ubicación	1	2	3	4	5
Precio	1	2	3	4	5
Seguridad	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5

Instalaciones

Servicio	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

Otras características que sean importantes para usted:

12.- ¿Para qué grupo de personas cree usted que existen más alternativas de entretenimiento en la ciudad del Coca?

Niños____

Adolescentes____

Adultos____

Ninguno__

Todos por igual____

13.- ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para trasladarse en la ciudad del Coca? Coloque una X.

A pie _____

Bicicleta _____

Bus ____

Taxi ____

Carro de un familiar/amigo____

Carro Propio ____

14.- Escoja el rango aproximado de sus ingresos mensuales. Coloque una X.

\$250 o menos _____

De \$250 a \$500____

De \$500 a \$1000____

De \$1000 a \$3000____

Más de \$3000____

15.- ¿Cuánto tiempo dedica a actividades de entretenimiento con amigos/as o solo?

De 1 a 2 veces al mes____

De 1 a 2 veces por semana ____

De 3 a 4 veces por semana ____

De 5 a 7 veces por semana ____

Solo feriados y días festivos ____

16.- ¿Cuánto gasta aproximadamente en entretenimiento con amigos/as o solo a la semana? Coloque una X.

De \$0 a \$50____

De \$50 a \$100____

De \$100 a \$300____

De \$300 a \$500____

\$500 o más____

17.- Tiene acceso a internet en:

Casa____

Trabajo____

Celular____

Locales de Internet____

No tengo acceso____

*Si contestó negativamente la pregunta anterior, no conteste las siguientes preguntas

18.- ¿Se comunica vía correo electrónico?

Siempre____ de vez en cuando____ Nunca____

19.- ¿Que redes sociales utiliza?

Ninguna____ Facebook____ Twitter____ Instagram____ Otros Especifique_____

ANEXO 2

ENTREVISTAS

ANEXO 2.1
Ejemplo Entrevista Oferta

ENTREVISTA LUGARES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR CON PISCINA EN LA CIUDAD DE EL COCA

NOMBRE DEL

LUGAR:

Ubicación:

PROPIETARIO:

TIPO DE LUGAR:

Modo de Acceso :

ANTIGÜEDAD DEL LUGAR:

AÑO DE ULTIMA REMODELACION:

CAPACIDAD:

PRECIO POR PERSONA:

HORARIOS DE ATENCION:

Permisos de funcionamiento:

¿Del 1 al 3 que tan difícil fue sacar los permisos?

1 = nada difícil

2 = medio difícil

3 = muy difícil

¿Cuánto tiempo aproximado le tomó obtener los permisos?

(en días)

¿Cuánto dinero aproximado gastó en la obtención de los permisos?

¿Costo mensual aproximado del mantenimiento del lugar de entretenimiento?

¿A quien considera su competencia directa?

¿A qué segmento de clientes atiende?

clase baja

clase media

clase alta

¿Cómo ve el negocio actualmente?

¿Cómo ve el futuro del negocio?

¿Qué tan fácil es ponerse este tipo de negocio?

¿Cuáles son las principales dificultades de ponerse este tipo de negocios?

Observaciones

ANEXO 2.2

Transcripción Entrevistas

ANEXO 2.2.1

Entrevista a: Señor Milton Noboa.

A cargo de: Melani Noboa

Realizada: lunes 8 de junio

Inicio: 9h00 am

Culminación: 9h11 am

Duración en minutos: 10m 27s

E: Estamos aquí con el señor Milton Noboa, ¿usted que actividades realiza en la ciudad del Coca?

M: Bueno yo tengo una ferretería, aparte de eso presido la Cámara de Comercio de Orellana.

E: ¿Desde qué año usted radica en la ciudad de El Coca?

M: Yo estoy acá desde el año 1966

E: ¿En qué año se formó la cámara de comercio?

M: La cámara de comercio aproximadamente se inició hace unos 20 años, estuvo funcionando por el lapso de 5 o 6 años y estuvo interrumpida... unos 5 años más o menos, y desde esa época para acá retomamos nuevamente la cámara, hicimos una directiva y está funcionando nuevamente.

E: ¿Cuál es el objetivo de la Cámara de comercio?

M: Es objetivo primordial es velar por los intereses de todos los comerciantes de Orellana, prestarles apoyo, darles facilidades y guiarlos para que sus negocios funcionen de una mejor manera.

E: ¿Desde que usted esta aquí en El Coca, cómo ha visto que se va desarrollando el sector comercial?, por ejemplo ¿cuáles fueron los primeros comercios que abrieron aquí en la ciudad de El Coca, cuales se fueron sumando?

M: Los primeros negocios que se iniciaron acá, estuvo el Almacén Noboa, después Comercial Cabrera, después Comercial Tipan.

E: ¿Pero qué tipo de negocios eran?

M: Almacén Noboa vendía víveres y artículos de ferretería para la construcción, se puede decir de todo un poco, porque en ese entonces no había otra clase de negocios y había que prestarle las facilidades a la gente que vivía por acá, vendíamos incluso ropa, zapatos, víveres y legumbres, hasta vidrios. Después fueron llegando otros comercios como Comercial Cabrera, ellos también vendían víveres, se dedicaron al negocio de los víveres, y después llegó la señora Transito Tipan, que se dedicaba más a las legumbres, vendía bastantes legumbres, traía... en ese entonces no había carretera y traían en canoa sus legumbres.

E: ¿Actualmente en la ciudad de El Coca usted puede decir que hay todo tipo de negocios, ésta... tiene negocios variados?

M: Bueno la ciudad del coca ha evolucionado tanto a través del tiempo que... se puede decir que es una ciudad bastante especial, porque desde el descubrimiento del petróleo cuando empezaron a bombear ya el petróleo acá en el tiempo de Guillermo Rodríguez Lara esto cambió por completo, no había carretera, las compañías vinieron e hicieron carretera y por ende fueron llegando los colonos y los comerciantes, esto se pobló completamente, empezaron a llegar los buses, los camiones con mercadería, las compañías, empezaron la gente a tomar posesiones de sus fincas, a hacer puentes, y cambió por completo. Entonces hoy por hoy tenemos un sin número de comercios ya prácticamente de una gran ciudad. Hay negocios de toda clase, ferreterías, almacenes de zapatos, de ropa, heladerías, restaurantes, hoteles, buenos hoteles, tenemos acá también sitios de distracción y un sin número de cosas.

E: ¿En cuanto a las alternativas de recreación y entretenimiento familiar, que nos ofrece hoy por hoy la ciudad de El Coca?

M: Bueno, El Coca por estar situada en el corazón de la selva amazónica tiene unos ríos encantadores, unas cascadas bellísimas, y allá es donde acudimos la mayoría de las familias a pasar el fin de semana, a refrescarse en días de calores muy intensos. También hay sitios con piscina, hoteles que prestan servicios con, incluso con sauna, baño turco, hay un sin número de parques en la ciudad a medida que han ido creciendo el municipio y el consejo provincial si se ha preocupado de ir dándole... dotándole a la ciudad de muchos parques y sitios donde la gente pueda salir con sus familias a recrearse.

E: ¿Si es que alguien decidiera ponerse un negocio de entretenimiento familiar, usted cree que esto sería fácil?, la inversión... por ejemplo ¿Usted sabe más o menos cuánto cuesta el metro cuadrado de terreno aquí en El Coca?

M: Bueno... el Coca es una ciudad que tiene un... el metro cuadrado de terreno, uno de los más altos del país, esta situación se da por esta situación de las compañías que han ido poblando la ciudad, comprando tierras para sus campamentos y sus talleres y han pagado

precios a veces exorbitantes, entonces eso ha hecho que el mercado vaya saturándose y que la gente se vaya acostumbrando a cobrar precios altísimos por sus tierras. Se puede decir que el metro cuadrado de terreno acá en el centro de la ciudad pues estaría costando como en Quito porque un terreno de 20 X 30 no se puede conseguir por menos de unos 200 o 150 mil dólares.

E: ¿En cuanto a arrendamiento de locales, tal vez nos podría dar un precio aproximado?

M: El arriendo es otro asunto que está elevado en este sentido de los arriendos, porque los negocios como han ido creciendo pues se han ido saturando, no hay prácticamente muchos locales acá en el centro de la ciudad donde arrendar, entonces los arriendos están entre 400 y 700 dólares un local.

E: ¿En cuanto a requisitos, que nos puede decir? ¿Es muy difícil cumplir con ellos? Requisitos para tener un negocio, los permisos...

M: En cuanto a cuestión de permisos, para sacar un permiso para sacar una patente para que el local funcione, si es bastante difícil, un sin número de requisitos, de papeles, que los bomberos, que el medio ambiente, que sacar permisos de salud, permisos de seguridad, es un sin número de requisitos, no es fácil, incluso hasta le piden estudio de suelo, es bien complicado, bien difícil, no es fácil y aparte de eso los impuestos son bastante altos.

E: Si hablamos de competencia entre comerciantes en la ciudad del coca, ¿cómo diría que es? ¿Es una competencia justa? ¿Hay monopolio? ¿Oligopolios?

M: La mayoría de los negocios funcionan independientemente, no hay... no se puede decir que hay monopolio o oligopolio acá, existen tres o cuatro grandes comercios que son negocios que tienen distribución de algunos materiales en exclusiva, pero la mayoría de los materiales, de los productos si se consiguen con facilidad, si se puede decir que hay una competencia justa.

E: Eso sería todo, muchas gracias.

M: A la orden.

Fin de la entrevista.

ANEXO 2.2.2

Entrevista a: Señor Daniel Pauker.

A cargo de: Melani Noboa

Realizada: lunes 8 de junio

Inicio: 10h00 am

Culminación: 10h18 am

Duración en minutos: 17m 33s

E: Estamos con el señor Daniel Pauker, ¿Usted qué cargo cumple aquí en la ciudad de El Coca?

D: Gracias Melani por esta oportunidad que se me brinda para poder dialogar en este conversatorio, mi cargo cumple como Presidente de la Cámara de Turismo de la provincia de Orellana, es una función que representa a todos los servidores de turismo de nuestro sector.

E: ¿Usted desde que año radica aquí en la ciudad de El Coca?

D: Bueno yo soy uno de los fundadores, de los primeros habitantes de cuando éramos una parroquia que pertenecíamos al cantón Aguarico de la provincia de Napo, de esa época, estoy hablando hace 53 años atrás yo ya radico aquí en el coca cuando habíamos cuatro familias, cuando aquí era un verdadero paraíso, donde no existía contaminación, donde no había explotación, donde realmente no existían las petroleras, todavía ni se soñaba en las petroleras. Lamentablemente por el 70, el 72 comenzó ya el tema fuerte de las petroleras de las exploraciones, ya vino Texaco y comenzó a la explosión demográfica que es la que... la población que ha ido creciendo y creciendo y se ha convertido una de las explosiones demográfica como ciudad de Orellana, como pueblo de Orellana, una de las explosiones demográfica más altas de Latinoamérica.

E: En cuanto a las actividades turísticas que ofrecen en la ciudad de El Coca ¿a quién van enfocadas?

D: Bueno la función de la planta turística porque al hablar de la planta turística hablamos de una cadena interna de servidores turísticos donde todos tratamos de dar el mejor servicio la mejor atención para que las personas que nos visitan sean tanto nacional, sea internacional, y especialmente la local estén satisfechos de cada uno de los servicios que se brindan aquí en Orellana... nosotros comenzamos a hablar de servicios turísticos en las diferentes áreas, comenzamos por ejemplo para quien nos visita primero la parte hotelera, tenemos una gama de infraestructura hotelera de acuerdo a la capacidad justamente del usuario, el servicio, los precios, tratamos de mejorar, se trata de mejorar la parte del

servicio porque nuestra finalidad es crecer turísticamente porque ese es nuestro futuro, nosotros vivimos actualmente por el tema netamente petrolero pero es algo transitorio, al ser un producto no renovable ya se está agotando lo estamos sintiendo, entonces hemos pensado en ese tema, por eso tenemos la parte hotelera, la parte del servicio alimenticio, la cuestión de restaurante, tenemos los lodge, tenemos los balnearios, tenemos ríos, tenemos los balnearios privados que son las piscinas etc., etc., son diferentes actividades, siempre tratando de aprovechar el tema de la ecología de la bondad que Dios nos ha dado nos ha donado, tenemos una bella naturaleza, una bonanza a nivel de lo que es flora, fauna, los bosques, los ríos, los peces, bueno no acabamos de hablar nunca. (Risas)

E: En el área urbana ¿qué es lo que ofrece la ciudad para los turistas locales?

D: Hablamos más de los turísticos locales y para los que llegan a nivel nacional que quieren pasear un rato en la ciudad, lo primero que contamos son con los parques que los maneja el Municipio, tenemos el malecón, dentro del malecón tenemos también hay ciertos servicios de servidores turísticos que con embarcaciones que hacen pequeños cruceros, tenemos el avión, tenemos el bus que se llama... son náuticos, que realmente es un entretenimiento para mayores ehh... tanto locales como para nacionales, también para latinoamericano. Para tema de turismo a nivel europeo, ellos buscan ecología entonces ellos van siempre a los lodges. Busca el Yasuní o los lodges que estén cerca al Yasuní. Si hablamos del Yasuní propio mismo no tenemos una gran afluencia primero por el costo, la logística es muy cara entonces son paquetes netamente para quienes tienen recursos u organizaciones que van con el sentido de investigar estudios especialmente para quienes están haciendo pasantías, necesitan tener un conocimiento básico de lo que es la parte de la ecología. Entonces eso se proyecta hacia el parque Yasuní, si nos vamos hacia Sumaco, Galeras, también tenemos ahí Pasaurco, tenemos cascadas, tenemos un sin número de cavernas, bosques primarios. Y los balnearios vamos llegando acá, tenemos los balnearios los ríos, tenemos Pacoplaya, que ese es un proyecto de turismo comunitario, que es un gran interés un gran atractivo para el tema del turismo europeo del turismo internacional, tenemos... la cascada de Karachupa es una cascada bonita, igual tenemos bosques primarios, bueno y hay para desarrollarse hay múltiples cascadas, hay los otros tures cortos que se hace hacia el Cononanco, con el tema de los Huaos que es de la parte cultural, etc., etc, también ellos ya se están organizando en el tema de danza, yo creo que tenemos algo importante para ofrecer al turista, estamos creciendo el turismo en Orellana y en país no tiene mucho, si hablamos dos décadas algo sí, no tiene más, que el estado mismo le ha puesto interés, porque antes hablábamos de hotel y restaurant y punto, antes no había una organización turística, un ministerio que tenía su nombre y nada más, ahora y con el tiempo ha ido avanzando y da planta turística, los servidores son los que más interés le ponemos, porque esa es nuestra vivencia, es nuestro negocio, es nuestra inversión, nuestra cultura y tenemos nosotros que tratar de ir mejorando y avanzando.

E: Ahorita que usted menciona las cascadas y los ríos que están cerca del aérea urbana, ¿usted cree que están sufriendo algún tipo de desgaste... por la concurrencia de los habitantes de la ciudad de El Coca?

D: En primer lugar todos los sectores están estrictamente controlado, tenemos el tema de control de medio ambiente tanto de la localidad, los municipio, el consejo provincial y a nivel de la parte del Ministerio y tenemos que ser consecuentes, nosotros tenemos un clima exageradamente húmedo, la recuperación aquí de la flora, si paso usted un área y la abandono unos dos o tres meses ya está recuperado, hay que ser realistas, osea a veces hay ecologistas que se quieren aprovechar de la situación más en el tema petrolero, porque si no hubiera petróleo, estoy seguro que aquí no hubiera ningún ecologista siguiendo los caminos donde estamos haciendo turismo, están donde estan intereses, entonces crean cierta expectativa en el sentido de la cuestión de la contaminación del desgaste, todas esas cuestiones, yo pienso que aquí nosotros... más bien quienes estamos en el turismo estamos preocupados, primeramente por el tema de los sólidos, de que no se boten los sólidos a las vías, no se boten a los ríos, etc., etc., se está trabajando, se está socializando se está culturalizando, porque realmente nosotros no tenemos una cultura turística, hay que ser realistas pero hemos comenzado y estamos trabajando, es nuestra responsabilidad, entonces en ese sentido yo creo lo contrario, yo creo que se está haciendo un esfuerzo, y más bien en sectores que donde ya ha sido un poco devastado por la presencia de los agricultores por la agricultura, etc., y hay algún atractivo para convertirle en un producto lo que se hace es reforestar, más bien se le está acomodando, se le esta dando justamente el valor agregado que requiere ese producto para poder negociar porque el turismo es un negocio, el turismo es un industria que hay que vender, si usted vende debe vender calidad, si no hay calidad para que vender.

E: Si topamos el tema de entretenimiento familiar en la ciudad de El Coca, ¿Usted cree que la oferta satisface la demanda de las familias? ¿Hay lugares en donde pasearse con la familia en el área urbana?

D: Yo pienso que ese es un tema un poco delicado, por que quien maneja la cuestión de los parques ... de la parte urbana es la municipalidad, ahí nosotros no tenemos injerencia a veces en nuestras sugerencias... eso más funciona de acuerdo al tema político, de quien esta de turno, si alguien que esté de turno que le agrade el tema turístico lo va a manejar bien, si no le agrada entonces no le interesa, pero nosotros creemos que los parques y toda cuestión que tenemos acá satisface la cuestión, lo que falta es un poco de control tenemos varios parques aquí y tenemos lo más importante, lo más importante es el tema del malecón, hay que felicitar a la Alcaldesa en ese estilo, en la cuestión del museo, claro que esta recién iniciando, esto tiene que crecer pero es un productos realmente tanto para local para nacional e internacional, dónde hay varas áreas a más de la cuestión de lo que hay que ver, hay las áreas recreativas, los pequeños parques recreacionales, y que mejor la

bondad que tenemos justamente del río Napo toda esa belleza la naturaleza, que eso impresiona, a nosotros que vivimos aquí nos impresiona, que hablamos del que viene de afuera o que hablamos del extranjero que está viviendo en esos bosques de hormigón, que viene a ver un bosque aquí natural. (Risas)

E: Entonces... cambiando un poco de tema, tal vez usted nos puede comentar acerca de la competencia que hay en la ciudad de Coca entre comerciantes, ¿Es una competencia justa? ¿La gente aquí vive organizada?

D: Bueno, cuando hablamos de organización, hablamos de servidores, por ejemplo en el tema no todos están incluidos, siempre habido indiferencia en la organización, con la nueva ley de la nueva constitución, ahí dice clarito un artículo que no recuerdo... se me fue el artículo, el número, en el que usted no tiene ninguna obligación de pertenecer a una organización, si usted quiere es voluntariamente y usted sabe cuando las cosas son voluntarias a nadie nos interesa, somos un poco indisciplinados en ese sentido, entonces eso un poquito ha llegado un poquito a desfigurar la situación, y el interés, decir bueno... si usted está en el área turística tiene que estar en esta organización, pero no, no hay esa exigencia porque así dice la constitución y respetamos la constitución, eso no solamente nos pasa en el tema turístico, en el comercio y en todo tipo de organización tenemos ahora ese inconveniente, quienes saben razonan que la organización, el trabajar en forma conjunta, en planificar en forma conjunta van a crear buenos ratings, nos va a crear... buenos horizontes dentro de cada uno de nuestros productos, eso es fundamental, en el tema de seguridad mismo, hay si tenemos mucho que hablar aquí en la parte de Orellana, los parques durante el día yo creo que.. en ciertos sectores pueden estar, ya más allá lamentablemente, lamentablemente y hay que hablarlo con claridad, si no puedes ir darte una vueltita si estas en el carro golpe de siete, ocho, nueve de la noche en adelante, lo que tienes en la calle un poco de fumones en los parques no gente paseando, o sea este de aquí ... eso es falta de respeto pero también es un problema el parque del niño, Santa Rosa, a lado del puente Payamino para acá siete de la noche gente... muchachos que da una tristeza de doce años en adelante con la droga, y no hay una autoridad que asuma la responsabilidad de poner orden en ese sentido, entonces eso si es algo deprimente, para quienes estamos involucrados en este tipo de industria turística, nos está perjudicando, pero eso ya no es competencia de los servidores si no de las autoridades, ellos sabrán por qué no actúan o cuáles son las razones... o tendrán su momento oportuno que actuaran, eso yo me reservo, por eso yo no quiero hablar mucho en ese tema.

E: Y uno de los últimos temitas que quiero topar es el tema de los permisos que se pide actualmente a las personas que tienen negocios sean comerciales o turísticos. ¿Qué opina usted?

D: Bueno ahí si tengo que hablar un poquito negativamente, a mi no gustaría hablar negativamente, a mi me gustaría hablar más positivamente, pero hay que hablar las cosas como son, en estos últimos años se han creado un sinnúmero de ministerios un sin número de dependencias, yo le he escuchado las sabatinas al señor presidente de la república que todas estas organizaciones son para orientar, para guiar, para ayudar para planificar, para que se comience a existir a organizarse mayores emprendedores en la microempresa en los diferentes negocios, pero las instituciones no es que están apoyando, se han creado para crear conflictos, para crear problemas en trámites y para cobrar más y más impuestos, recién no mas tuvimos una reunión esperamos que ya un certificado del riesgo de ambiente, que el mismo que tienen los técnicos del municipio, que dentro del departamentos de riesgos tiene suficiente técnicos, sirva para el cuerpo de bomberos y para todas las instituciones, pero no es que vamos a sacar un certificado para cada institución, pagando un profesional que nos cobra hasta 1500 por una firma, personas que no son ni de aquí, que no conocen la realidad acá, entonces ahorita para tener un patente, tenemos que por lo medos tener un negocio mediano, con unos 5000 mínimo para poder cumplir con la satisfacción de todas las instituciones, eso nos está perjudicando la inversión y está corriendo la inversión de Orellana en el tema turístico y creo que también el tema comercial.

E: Un última pregunta, ¿Existen proyectos a futuro?

D: Bueno yo creo que estamos trabajando en un proyecto importante, un proyecto que llamamos el proyecto emblemático de Orellana, porque todos hablamos del Yasuní, especialmente... mencioné en la pregunta anterior, que el Yasuní por su logística es sumamente caro para gente que tiene recursos o para gente que va a ser estudio de investigación científica, entonces estamos haciendo aquí, estamos a un atractivo que queremos convertir... estamos trabajando para convertirlo en un verdadero producto turístico, en una estampilla del Yasuní, aquí al lado de los 3 ríos, aquí en el Eco Parque Payamino, ya tenemos un torre de 36m de altura donde podemos subir, un mirador, desde donde se va viendo la naturaleza, el gigantesco ceibo, estamos haciendo senderos son bosques primarios, dando comodidad para que pueda ir aunque sea con zapato de mocasín que le decimos y hasta lo peor hasta con taco, estamos haciendo senderos adoquinados, estamos trabajando en ese proyecto y eso lo tengo que decir con franqueza, gracias justamente al apoyo que está dando la señora Guadalupe Llori Prefecta de Orellana.

E: ¿Este proyecto cuando estaría terminado?

D: Bueno está previsto la primera fase para fines de Agosto, septiembre, por el mal tiempo, esperamos tener una parte y hasta hacer una pre inauguración, por que quienes lo servidores, los guías, las agencias llegan acá pero quieren aprovechar ese producto por la

torre, el mirador, entonces tratamos, estamos haciendo todo el esfuerzo, pero lamentablemente, el mal tiempo, el invierno no nos permite, pero yo creo que Agosto, septiembre, estamos con la primera fase, hablar de los 2km o un poco más, de un sendero tiene 1,60m de ancho con bordillo con todo, adoquinado, tiene un adoquín natural, similar a piedra y luego de eso tenemos bosque primario, tenemos bastante fauna, tenemos la cuestión de insectos, ósea un buen, tenemos una verdadera... un verdadero atractivo, entonces, y eso es en la primera fase, pero se está haciendo los estudios para poner todo lo que es deporte extremo, canopy, etc., etc., los estudios nos arrojan donde vamos a hacer un... si hacemos un puente peatonal colgante que no compartimos... hablamos de un pequeño teleférico, una tarabita, comúnmente hablando para poder ir al otro lado, pero igual unos van en la tarabita otros irán en embarcación turística, pero creo que es una de las grandes expectativas como atractivo, como producto para aquí, para que eso nos vamos a utilizar todos los del sector turístico, no solo de Orellana, si no todos los que vienen con la agencias hacia acá... algo más?

E: No, eso sería todo, muchísimas gracias por su tiempo.

D: Ojalá te sirva la información.

Fin de la entrevista.

ANEXO 2.2.3

Entrevista a: Señora Tatiana Noboa

A cargo de: Melani Noboa

Realizada: lunes 8 de junio

Inicio: 11h00 am

Culminación: 11h04 am

Duración en minutos: 3m 38s

E: Estamos con Tatiana Noboa, ¿qué cargos cumples en la ciudad del Coca?

T: Buenos días, actualmente soy la administradora del Hotel el Auca y también soy presidenta de la Asociación de Hoteleros de la provincia de Orellana.

E: ¿Cuánto tiempo vives aquí en el coca?

T: En total unos 20 años, más o menos, he estado ausente en alguna época, pero en total son unos 20 años.

E: ¿Cuál es tu opinión en cuanto a desarrollo de entretenimiento familiar en la ciudad del coca?, ¿cuáles son los lugares que ofrece el área urbana?

T: Yo pienso que los últimos 5 años si se ha visto un desarrollo del ambiente turístico aquí en la ciudad (silencio...), ¿en que me quede? (risas)

E: El desarrollo del área

T:Últimamente si ha habido un desarrollo, yo diría en los últimos 5 años, comenzando el 2012 con la inauguración del parque central, también inauguraron el zoológico del municipio que actualmente ya se puede visitar, tiene un horario permanente, es gratuito, y a pesar de eso se mantiene muy bien le ofrece bastante a los visitantes, en el área urbana las piscinas que me parece que son 4, y actualmente tenemos el museo del maco que es el primer museo arqueológico de esta magnitud en la amazonia ecuatoriana

E: Si hablamos de las piscinas, en qué estado, comentario general, ¿en qué estado crees que se encuentran? ¿En cuanto a infraestructura, ha habido remodelaciones?

T: Si, por ejemplo las piscinas de Pauker fueron remodeladas últimamente y tenemos las piscinas Cattleya que también son relativamente nuevas, están en bastantes buenas condiciones, hay otras que no, no se ha invertido mucho y no están en tan buenas condiciones.

E: Ya, ¿crees que el coca necesita mas de este tipo de negocios en donde pueda la familia ir a pasar un buen momento?

T: Pienso que si, si podríamos tener o usar más atractivos turísticos para las familias todavía nos faltan podemos, deberíamos tener más parques, ciclo vías, para la gente que nos gusta hacer deporte también hay los jóvenes que les gusta hacer deportes extremos, actualmente no tienen donde hacer esas actividades

E: Ya, si es que alguien quisiera ponerse un negocio aquí, ¿cómo es la competencia?, ¿crees que es fácil? también tomando en cuenta los permisos que te piden las entidades.

T: Bueno, me parece que es bastante complicado comenzar un negocio aquí, primero hablando de la competencia, hablando de la competencia no, yo pienso que todavía el coca tiene bastante espacio para nuevos emprendedores, no estamos saturados de lugares turísticos todavía pueden haber muchas personas que puedan traer buenas ideas y que si funcionen sus negocios, en cuanto a los permisos, si es bastante molesto y bastante tedioso porque nos hacen sacar muchos permisos cada año, en los últimos 3 años hemos tenido algo nuevo que se ha incrementado y ahora ya tenemos una larga vida, para una persona que quiere iniciar un negocio si es bastante complicado

E: Muchísimas gracias, eso sería todo.

T: De nada.

Fin de la entrevista.

ANEXO 2.2.4

Entrevista a: Señora Lucy Duran

A cargo de: Melani Noboa

Realizada: Viernes 11 de diciembre de 2015

Inicio: 4h00 pm

Culminación: 4h04 am

Duración en minutos: 3m 52s

E: Buenas tardes, vamos a entrevistar a la señora Lucy Duran, ella trabaja en Sacha Lodge , Señora Lucy que función cumple en Sacha Lodge?

L: Buenas tardes yo desempeño las funciones de jefe de operaciones de Sacha Lodge aquí en el Coca.

E: Cuantos años lleve viviendo en El Coca?

L: Tengo 23 años de vivir aquí en El Coca.

E: Cree que el turismo en la ciudad de El Coca está en pleno desarrollo o más bien ya está decayendo.

L: A mi parecer está empezando, antes había, pero generalmente a la ciudad de El Coca se le ve como una ciudad bonita, tranquila, pero no tiene mucho atractivo turístico, más bien ahora con las acomodaciones que han hecho por aquí en el malecón, hay una canoas que hacen unas rutas por los ríos por aquí cerca, entonces si está llamando la atención, por que digamos que solo es eso, no son varios los sitios donde puede la gente disfrutar por que los balnearios son un poquito alejados de la ciudad, parece que si se está desarrollando ahora.

E: Como ha visto la demanda este año, con la crisis que hay del petróleo, cree que esto ha afectado de alguna manera o no tiene nada que ver?

L: No, es muy distinto, el turismo está muy aislado del asunto del petróleo, como usted comprenderá con cosas opuestas, no, ha disminuido el sector doméstico, entonces la gente que ha salido es la gente exclusivamente del petróleo, el turismo no.

E: Sacha Lodge está dirigido a que segmento de clientes, nacionales o más extranjeros?

L: La mayoría, digamos que un 92 por ciento es extranjero, nacionales casi no.

E: Usted le ve futuro, tal vez ponerse algún negocio de turismo, en la ciudad de El Coca?

L: Bueno sería interesante si es que incluyéramos atractivos, porque así como está ahora es muy vacío, no le encuentro, fíjese pongamos un ejemplo yo traigo a mi familia acá tengo para llevarle a una piscina, lamentablemente solo eso hay aquí en la ciudad, pero un poquito apartado encontraría una cascada, un riachuelo, alguna cosita, pero si deseamos incrementar el turismo, los atractivos, la gente de aquí mismo podrían implementar eso que es lo que no hay. Hay un museo hermoso pero culturalmente no creo que estamos muy preparados para eso, hay un zoológico un poquito distante pero con falta de adecuaciones y bueno eso es lo que encuentra aquí básicamente, el malecón también es un sitio muy bonito, pero si harían falta muchas cosas.

E: Muchísimas gracias, gracias por su tiempo.

L: A las ordenes, que esté muy bien

Fin de la entrevista

ANEXO 2.2.5

Entrevista a: Señorita Sandra Valdez

A cargo de: Melani Noboa

Realizada: Viernes 11 de diciembre de 2015

Inicio: 10h00 am

Culminación: 10h05 am

Duración en minutos: 5m 43s

E: Estamos con la señorita Sandra Valdez ella trabaja en el Ministerio de Turismo. ¿Qué cargo cumple?

S: Especialista en mercados y fomento turístico.

E: Más o menos en pocas palabras explíquenos de que se encarga usted.

S: Dentro del Ministerio de Turismo, dentro de la provincia de Orellana me encargo del manejo de los proyectos de Inversión privada y también de Inversión pública.

E: ¿Cuánto tiempo usted lleva viviendo en El Coca?

S: Cuatro años.

E: ¿Actualmente cree que existen varios o pocos lugares para entretenimiento familiar en la ciudad?

S: Si hablamos solamente del Cantón Francisco de Orellana existen algunos lugares donde las familias se pueden ir a disipar porque primero es una ciudad que está rodeada por tres ríos, y luego que igual tiene varias cuencas hidrográficas que han servido para que se establezca ciertos balnearios y también haya área en donde la gente pueda irse a recrear.

E: Si hablamos de ponernos un negocio, o un centro turístico. ¿Es necesario el permiso del Ministerio? ¿O qué no mas es necesario sacar?

S: Para que funcione un centro turístico primero el empresario tiene que tener la visión y la idea clara de que es lo que quiere poner, y a que cliente quiere enfocarse, obviamente en todos los centro o sitios o lugares que quieran tener la categoría de

turístico tienen que enfocarse primero a tener un servicio de calidad y obviamente adecuar las instalaciones para que pueda ofertar ese servicio de calidad, entonces lo que hace el Ministerio de Turismo es regular a estos establecimientos que quieren tener una categoría de Turístico, entonces esto se lo hace a través de una visita técnica al sitio y obviamente dependiendo de las condiciones y a los servicios que preste se les dará una categoría de turístico o de no turístico.

E: ¿Cuántas categorías son?

S: Existen algunas categorías, desde la cuarta, tercera, segunda, primera y dependiendo de la actividad, puede ser, alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, recreación y diversión, centros recreacionales y transporte turístico, todas estas actividades tienen categorías que da el Ministerio de Turismo.

E: Una última pregunta, en su opinión personal ¿Usted cree que la baja del precio del petróleo ha afectado el turismo en El Coca?

S: Primero la ciudad del Coca y la provincia de Orellana, ha sido una ciudad petrolera, no ha sido una ciudad turística, así que la gente que ya no se ve aquí no han sido turistas, no, son del área corporativa petrolera. Entonces no se puede decir que un petrolero es un turista porque en las condiciones que tenía un petrolero son totalmente distintas a las de un turista. Entonces el flujo de turistas que ahorita llega y sigue llegando, se ha mantenido, estos turistas son turistas nacionales y turistas extranjeros que en primera instancia que parten al Parque Nacional Yasuní y luego los que se quedan aquí en la provincia haciendo determinadas actividades, entonces no se puede hacer un análisis de que ha bajado el número de turistas porque ya no hay petróleo, eso no tiene nada que ver, ningún turista venía por ver un pozo petrolero, el turista viene por los productos que se ofertan aquí en Orellana que es el turismo comunitario y el turismo de la selva misma, entonces ellos siguen viniendo a comprar esos productos. Lo que si ahora como provincia debemos empezar a trabajar a fortalecer la parte turística, es decir, si bien tenemos turistas que vienen a la provincia ahora tenemos que

conseguir más turistas que se llene ya Francisco de Orellana o cualquier cantón de la provincia para que conozcan los diferentes atractivos que tiene cada cantón. Entonces a mi punto de vista no es que ha bajado el número de turistas, de hecho se ha registrado un incremento de turistas nacionales, pero si hay que trabajar más en la comercialización de Orellana como sitio turístico, ya no como sitio petrolero par que podamos tener una actividad diferente, entonces ya la institución pública y la parte privada están haciendo acciones para fortalecer el tema del turismo en la provincia.

E: Muchísimas gracias Sandra ese sería todo.

S: De nada.

ANEXO 3

TABULACION Y GRAFICOS DE ENCUESTA

ANEXO 3

TABULACION Y GRAFICOS DE ENCUESTA

P1.- ¿Género?

El 56.3% de los entrevistados fueron del género femenino y el 43.7% de género masculino (ver gráfico 1).

P2.- ¿Edad?

Los tres rangos de edad más significativos fueron, el 37.7% son personas entre 20 y 30 años, el 34.7% tienen entre 30 y 40 años y el 16.8% entre 40 y 50 años (ver gráfico 2).

P3.- ¿Estado civil?

La mayoría de los encuestados son casados con un 46.7%, seguido por los solteros con un 29.3%, unión libre con 15.06%, divorciados con 6% y viudos con 2.4% (ver gráfico 3)

P4.- ¿Lugar de nacimiento?

El 21.6% de los encuestados nacieron en Orellana, como ya se había explicado anteriormente, ésta ciudad en su mayoría acoge a colonos, gente de diferentes partes del país, lo cual se confirmó con los resultados de la encuesta. El 8.98% son de Manta, el 8.38% son de Ambato, el 7.78% de Quito, le sigue Extranjeros 6.59%, Guayaquil y Milagro con el 5.39%, en cada caso, con el 4.19% Santo Domingo de los Tsáchilas, entre otros. En el anexo 3 gráfico 4 se puede observar los distintos cantones de donde provienen los habitantes de la ciudad de El Coca, hay personas de las regiones costa, sierra y de otros lugares de la Amazonía, que han decidido hacer su vida en El Coca (ver gráfico 4).

P5.- ¿Tiempo aproximado que lleva viviendo en El Coca?

El 28.7% lleva viviendo de 10 a 20 años, el 26.9% lleva de 20 a 30 años, el 25.1% de 0 a 10 años, el 15.5% de 30 a 40 años y un 3.6% de 40 a 50 años. Aproximadamente el 75% de los encuestados viven más de una década en El Coca, son personas que conocen muy bien la ciudad y sus alrededores, por lo que la información que nos puedan brindar acerca de entretenimiento familiar, será de gran valor para ésta investigación (ver gráfico 5).

P6.- ¿Indique el número de familiares con los que vive?

En ésta pregunta se dio los siguientes rangos: de 1 a 3, de 4 a 6, de 7 a 10 y más de 10; las personas que vivían solas no fueron encuestadas ya que para cumplir con los objetivos de la investigación era necesario encuestar a personas con un nivel de contacto familiar alto.

El 59.3% de los encuestados escogieron el rango de 1 a 3, el 37.7% de 4 a 6, un 2.4% de 7 a 10 y tan solo un 0.6% vive con más de 10 personas. Es decir un poco más de la mitad de los encuestados son familias poco numerosas (ver gráfico 6).

P7.- ¿Cuán importante es para usted realizar actividades en familia?

Para calcular la importancia se dio una escala en donde 1 es nada importante y 5 muy importante. Para el 87.4% es muy importante realizar actividades, el 8.4% piensa que es importante, al 2.4% le da lo mismo y para el 1.2% no es importante y el para el 0.6% es nada importante (ver gráfico 7).

P8.- ¿Qué actividades en familia realiza de lunes a viernes en su tiempo libre?

Esta es una pregunta mixta, es una pregunta cerrada por que tiene las opciones: ninguna, ver televisión, deporte y salir de paseo, pero también se dio la opción de “otros” para que puedan escribir alguna otra actividad que realicen. Se dio opción a más de una respuesta, el total de respuestas obtenidas de los 167 encuestados fueron 203 actividades, por lo que los porcentajes a continuación presentados están basados en este último número.

El 39.9% de las personas entre semana ve televisión en familia, el 23.2%, salen a pasear por la ciudad, el 18.7% hace deporte y el 7.4% no realiza ninguna actividad en familia entre semana. En las respuestas abiertas, las actividades que más destacan son: compartir cena con 2%, ir a las piscinas 2%, caminatas 1.5%, juegos de mesa 1.5%, reunión familiar en la casa 1% (ver gráfico 8).

P9.- ¿Qué actividades en familia realiza los fines de semana, feriados y días festivos?

Esta pregunta es similar a la pregunta 8, solo que enfocada a actividades realizadas los fines de semana y días festivos. También se dio opción a más de una respuesta y el total de respuestas fue de 212, por lo que el porcentaje será calculado en base a este número.

El 56.13% se va de paseo, el 16.98% hace deporte, el 12.26% ve televisión, el 2.36 come afuera, el 1.89 se va a las piscinas y el 1.89 hace reuniones familiares (ver gráfico 9).

P10.- ¿Qué tan seguido realiza actividades de entretenimiento familiar?

Se dio los rangos de 1 a 2 veces al mes, de 1 a 2 veces a la semana, de 3 a 5 veces a la semana y más de 5 veces a la semana. El 69.5% realiza actividades de 1 a 2 veces a la semana, el 16.8% realiza de 1 a 2 veces por mes, el 10.8% de 3 a 5 veces a la semana y el 3% realiza más de 5 veces a la semana (ver gráfico 10).

P11.- ¿Cuánto gasta aproximadamente en entretenimiento familiar a la semana?

El 71.3% gasta de US \$0 a US \$50, el 26.3% de US \$50 a US \$100, el 1.8% de US \$100 a US \$300, el 0.6% de US \$300 a US \$500, y el 0% de US \$500 o más (ver gráfico 11).

P12.- ¿A qué lugares acuden para realizar actividades de entretenimiento familiar dentro de la ciudad de El Coca?

En esta pregunta se solicitó tres cosas, el lugar, el precio y estado de las instalaciones, también se dio opción a más de una respuesta. Primero se analizará los resultados agrupándolos según patrones y luego se analizarán los lugares de una manera más específica (ver gráfico 12).

El 45.5% de la población pasa tiempo con la familia en lugares de esparcimiento público como el malecón y los parques de la ciudad, con el 25.4% las piscinas son el segundo lugar más visitado por las familias de El Coca, en tercer lugar está el mall o centro comercial con un 10.6%, seguido por un 4.8% de personas que prefieren quedarse en casa.

El malecón es el lugar de esparcimiento público más visitado y en cuanto a parques el parque central es el más mencionado en las encuestas. En cuanto a precios y el estado en que se encuentran las instalaciones, un 34.2% de las personas que visitan el malecón y los parques gastan de US \$5 a US \$10 y un 30.4% gasta de US \$10 a US \$15 y el 61.8% de los visitantes piensan que el estado de estos lugares se encuentran en buenas condiciones y apenas el 38.2% piensa que son regulares. El que no se gaste mucho en estos lugares y el que se encuentren en buen estado, pueden ser los motivos por lo que son la opción número uno para salir a entretenerse en familia dentro de la ciudad. (Ver gráfico 13).

Por otro lado las personas que acuden a las piscinas, un 33.3% gasta entre US \$10 y US \$15 y un 27.1% entre US \$15 y US \$20 y un 14.6% entre US \$20 y US \$25. El estado de las piscinas para un 52.2% de los encuestados son buenas y para un 47.8% son regulares (ver gráfico 14). Las únicas instalaciones que fueron calificadas como malas fueron el coliseo y el río Napo, en donde gastan de US \$0 a US \$5 (ver gráfico 15).

P13.- ¿A qué lugares acuden para realizar actividades de entretenimiento familiar fuera de la ciudad de El Coca?

Esta pregunta es igual a la pregunta número 12, por lo que será analizada de la misma manera. El 86.2% de las personas salen a visitar lugares que están en los alrededores de la ciudad, a una o dos horas de distancia en carro, el 13.8% de las personas prefiere salir de la provincia, a la costa, sierra o a otras provincias de la Amazonía (ver gráfico 16).

La ciudad más mencionada es Loreto, también sus balnearios y los que quedan en la vía a Loreto, ésta es una ciudad que se encuentra aproximadamente a una hora de distancia de El Coca, también visitan el Sacha que está a media hora. De las personas que acuden a los alrededores de la ciudad un 18.6% gasta de US \$10 a US \$15, un 17.8% gasta de US \$15 a US \$20; las instalaciones para el 61.2% son buenas, el 36.1% creen que son regulares y un 2.7% creen que son malas (ver gráfico 17).

Fuera de la provincia el lugar más visitado es Lago Agrio, seguido por Quito y Tena, en estos lugares un 45% de las personas gasta entre US \$10 y US \$25, un 40% gasta entre US \$25 y US \$55, y el 100% de las personas que salen de la provincia piensa que las instalaciones son buenas (ver gráfico 18).

P14.- ¿Podría concluir que para realizar actividades de entretenimiento familiar acude más a lugares que se encuentran dentro o fuera de El Coca? ¿Por qué razón?

El 55.2% de las personas realiza actividades en familia fuera de la ciudad y el 44.8% restante las realiza dentro de la ciudad (ver gráfico 19). Las razones por las cuales las personas prefieren quedarse en la ciudad o salir de ella fueron muy variadas, las respuestas más mencionadas en el caso de por qué salen de la ciudad fueron: con un 29.1% las personas abandonan la ciudad debido a que no hay lugares a donde ir en El Coca, el 14.5% lo hace porque desean conocer más lugares turísticos, un 10.9% porque afuera hay más variedad de lugares, un 7.3% lo hace para visitar a familiares y amigos y un 5.5% para estar en contacto con la naturaleza (ver gráfico 20).

Las razones por las que las personas se quedan en la ciudad fueron: un 23.9% lo hacen por la cercanía, un 17.4% lo hace por falta de tiempo, un 10.9% lo hace porque los precios son más bajos en la ciudad, el 6.5% lo hace por comodidad y un 4.3% lo hace porque no hay transporte barato para salir de la ciudad (ver gráfico 21).

P15.- ¿Qué lugares de entretenimiento familiar le gustaría tener en la ciudad de El Coca o qué tipo de actividades le gustaría realizar?

Las respuestas fueron muy variadas, para obtener un análisis más compacto se las agrupó de acuerdo a patrones. El 13.5% de las personas les gustaría tener canchas deportivas, al 10.8% les gustaría tener un parque más grande y completo con actividades tanto para niños como para adultos, el 9% desea un centro comercial grande y moderno con bastantes locales comerciales. Al 8.6% de las personas les gustaría tener en El Coca un buen cine, con cartelera actualizada, el 5.9% un parque acuático con toboganes y muchos juegos de contacto con el agua. Otras de las opciones más mencionadas son un parque con juegos para niños, un parque de diversiones y piscinas grandes con un 5.4% en cada caso.

Con un porcentaje menor están las opciones de un centro recreacional con piscinas, canchas y un buen restaurante, lugares para realizar deportes extremos, juegos para niños, ciclo paseo, teatros, un lugar seguro para caminar y/o trotar, museos, pista de karting, coliseo grande y una pista de hielo, la lista continua con porcentajes más pequeños (ver gráfico 22).

P16.- ¿Al momento de elegir un lugar de entretenimiento familiar que tan importantes es para usted la seguridad, los servicios, las instalaciones, la ubicación y el precio?

Se dio una escala del 1 al 5 en donde 1 es nada importante y 5 es muy importante; en promedio, con un 4.77, lo más importante al momento de elegir un lugar es la seguridad, en segundo lugar

con un 4.74 la calidad de los servicios prestados, en tercer lugar con un 4.51 son importantes las instalaciones y el estado en que se encuentren, seguido de la ubicación del lugar con un 4.31 y por último el precio con un 3.91 (ver gráfico 23).

Lo que muestra e indica que las personas no estarían dispuestas a ir a lugares que se encuentren en zonas o barrios peligrosos, que es muy importante tener un lugar en buen estado, limpio, organizado y ofrecer un buen servicio. Si los lugares de entretenimiento cumplen con lo antes mencionado para las personas la ubicación del lugar y el precio pasa a un segundo plano.

P17.- ¿Para qué grupo de personas cree usted que existen más alternativas de entretenimiento en la ciudad de El Coca?

El 55.7% de los encuestados cree que hay más alternativas de entretenimiento para el sector adulto, el 13.8% cree que no hay alternativas de entretenimiento, un 11.4% cree que las alternativas en El Coca hay para todos por igual, un 10.2% cree que hay más alternativas para niños y un 9% cree que hay más para adolescentes (ver gráfico 24).

Más de la mitad de los encuestados afirman una de las hipótesis de ésta investigación la cual es, que existe una gran cantidad de demanda insatisfecha en el sector del entretenimiento familiar por lo que las oportunidades de ponerse un negocio son varias.

P18.- ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para trasladarse en la ciudad?

El 37.1% de las personas se traslada de un lugar a otro en carro propio, el 20.4% se traslada en bus, un 16.8% en taxi, las personas que se movilizan a pie son un 11.4%, en porcentajes menores las personas se transportan en carros de familiares o amigos, en bicicleta y en moto (ver gráfico 25).

P19.- Escoja el rango aproximado de sus ingresos mensuales.

En ésta pregunta se dio rangos a escoger, el 35.3% gana de US \$250 a US \$500, un 34.7% de US \$500 a US \$1000, un 21.6% de US \$1000 a US \$3000, un 7.2% de las personas encuestadas gana US \$250 o menos y un 1.2% gana más de US \$3000 al mes. Más del 70% de la muestra no gana más de US \$1000 mensuales, estamos hablando de una población con ingresos bajos y medianos (ver gráfico 26).

P20.- ¿Cuánto tiempo dedica a actividades de entretenimiento con amigos/as o solo/a?

También se dio rangos a escoger en ésta pregunta, el 63.5% realiza actividades con amigos o solo de 1 a 2 veces por semana, el 30.5% sale con amigos de 1 a 2 veces al mes y aproximadamente el 5% sale de 3 a 5 veces a la semana (ver gráfico 27).

P21.- ¿Cuánto gasta aproximadamente en entretenimiento con amigos/as o solo/a a la semana?

El 74.3% gasta de US \$0 a US \$50, el 22.2% de US \$50 a US \$100, el 3% de US \$100 a US \$300 y tan solo el 0.5% gasta más de US \$500 (ver gráfico 28). Si se analiza en conjunto con los resultados de la pregunta 11, de cuánto gasta en entretenimiento familiar, hay una similitud, se podría decir que gastan de igual manera solos o con amigos que con la familia sin preferencias.

P22.- ¿Tiene acceso a internet?

En ésta pregunta se dio opciones a escoger y se podía escoger más de una respuestas, por lo que el análisis en porcentaje se hará en base a las 344 respuestas. El 34.6% tiene internet en el celular, el 33.4% tiene internet en la casa, el 29.9% tiene en el trabajo, el 1.7% no accede al internet y el 0.3% lo hace en los locales de internet (ver gráfico 29).

P23.- ¿Se comunica vía correo electrónico?

Un poco más de la mitad de los encuestados, el 53.3% siempre se comunica por correo electrónico, el 28.7% lo hace de vez en cuando y el 18% restante no lo hace nunca. El uso del correo electrónico en ésta ciudad no es muy popular, es una herramienta que hoy en día se usa mucho en los trabajos mas no en la vida personal (ver gráfico 30).

P24.- ¿Qué redes sociales utiliza?

El 66.3% utiliza Facebook, el 11.1% no utiliza ninguna red social, otro 11.1% utiliza Twitter, un 7.7% utiliza Instagram. En ésta pregunta también se puede observar que hay un grupo de personas en El Coca no se inclinan mucho al uso del internet, los resultados muestran que si bien Facebook tiene acogida con más del 60%, hay un porcentaje pequeño de personas que no están en ninguna red social (ver gráfico 31).

GRAFICOS

1 Gráfico Pregunta 1

¿GÉNERO?

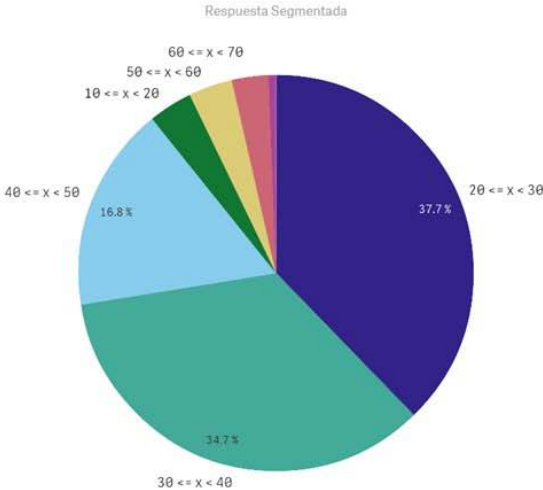
Respuestas	# de encuestas
FEMENINO	94
MASCULINO	73



2 Gráfico Pregunta 2

Respuesta clasificada para: ¿EDAD?

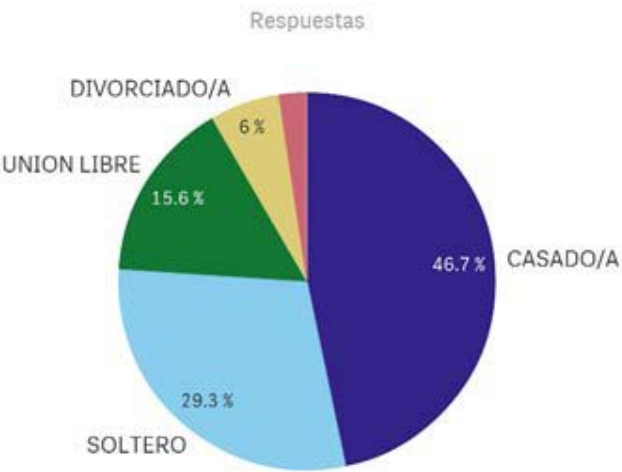
Respuesta Segmentada	# de encuestas
20 <= x < 30	63
30 <= x < 40	58
40 <= x < 50	28
10 <= x < 20	6
50 <= x < 60	6
60 <= x < 70	5
70 <= x < 80	1



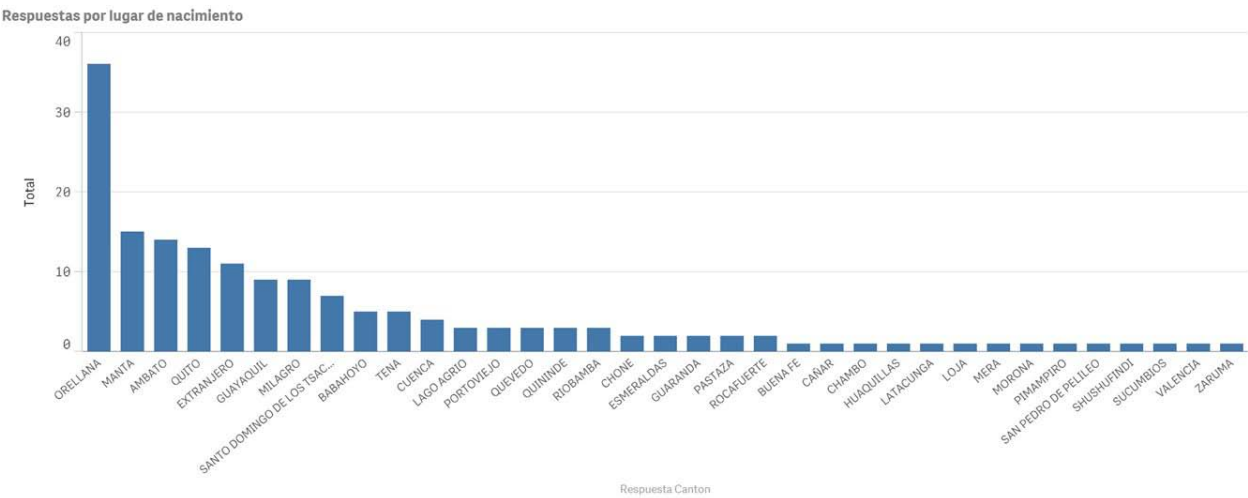
3 Gráfico Pregunta 3

¿ESTADO CIVIL?

Respuestas	# de encuestas
CASADO/A	78
SOLTERO	49
UNION LIBRE	26
DIVORCIADO/A	10
VIUDO/A	4



4 Gráfico Pregunta 4



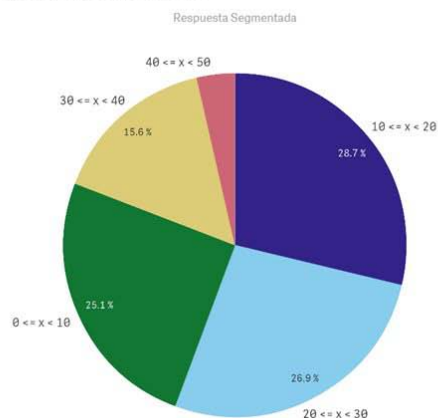
Respuesta Canton	Total
ORELLANA	36
MANTA	15
AMBATO	14
QUITO	13
EXTRANJERO	11

GUAYAQUIL	9
MILAGRO	9
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	7
BABAHOYO	5
TENA	5
CUENCA	4
LAGO AGRIO	3
PORTOVIEJO	3
QUEVEDO	3
QUININDE	3
RIOBAMBA	3
CHONE	2
ESMERALDAS	2
GUARANDA	2
PASTAZA	2
ROCAFUERTE	2
BUENA FE	1
CAÑAR	1
CHAMBO	1
HUAQUILLAS	1
LATACUNGA	1
LOJA	1
MERA	1
MORONA	1
PIMAMPIRO	1
SAN PEDRO DE PELILEO	1
SHUSHUFINDI	1
SUCUMBIOS	1
VALENCIA	1
ZARUMA	1

5 Gráfico Pregunta 5

Respuesta clasificada para: ¿TIEMPO APROXIMADO QUE LLEVA VIVIENDO EN EL COCA?

Respuesta Segmentada	# de encuestas
$10 \leq x < 20$	48
$20 \leq x < 30$	45
$0 \leq x < 10$	42
$30 \leq x < 40$	26
$40 \leq x < 50$	6



6 Gráfico Pregunta 6

¿INDIQUE EL NÚMERO DE FAMILIARES CON LOS QUE VIVE?

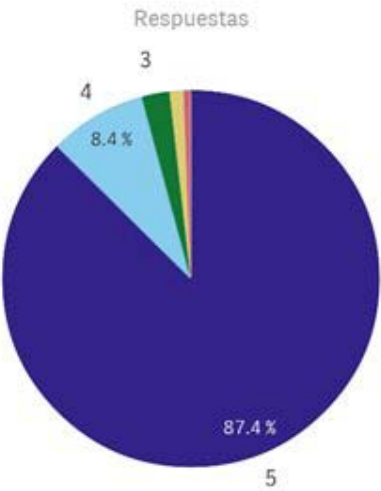
Respuestas	# de encuestas
1-3	99
4-6	63
7-10	4
MAS DE 10	1



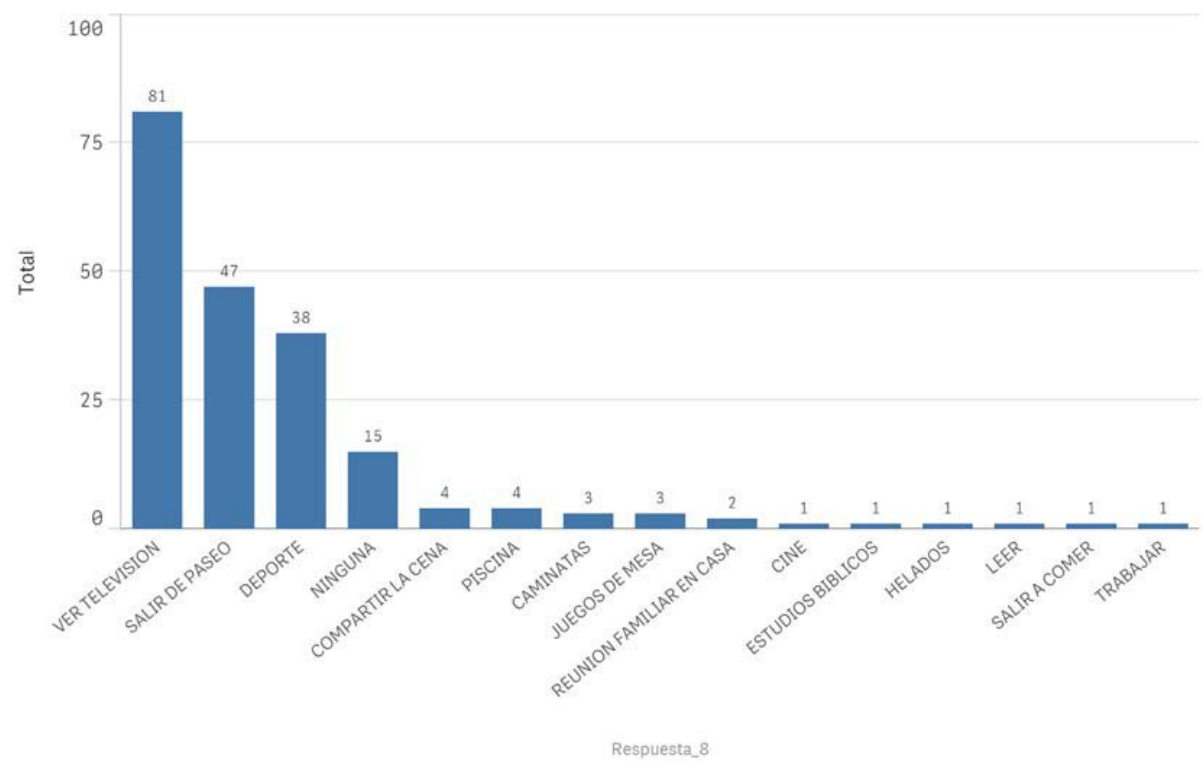
7 Gráfico Pregunta 7

Resultados con valor de la pregunta ¿CUAN IMPORTANTE ES PARA USTED REALIZAR ...

Respuestas	# de encuestas
5	146
4	14
3	4
1	2
2	1

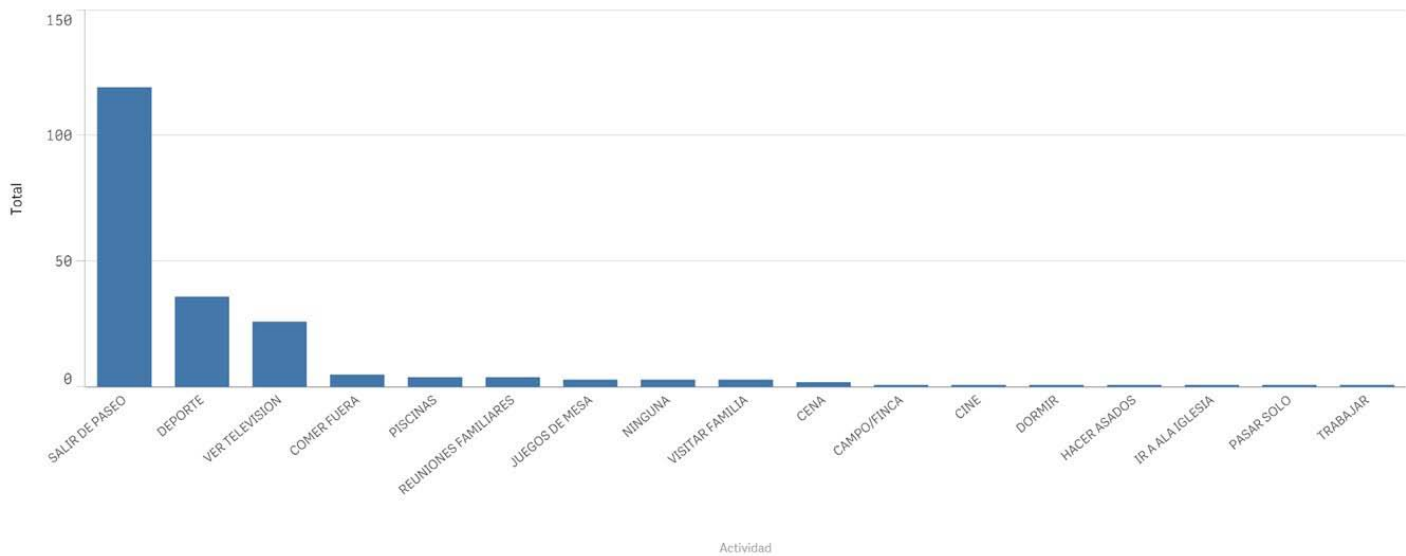


8 Gráfico Pregunta 8



Respuesta_8	Total
VER TELEVISION	81
SALIR DE PASEO	47
DEPORTE	38
NINGUNA	15
COMPARTIR LA CENA	4
PISCINA	4
CAMINATAS	3
JUEGOS DE MESA	3
REUNION FAMILIAR EN CASA	2
CINE	1
ESTUDIOS BIBLICOS	1
HELADOS	1
LEER	1
SALIR A COMER	1
TRABAJAR	1

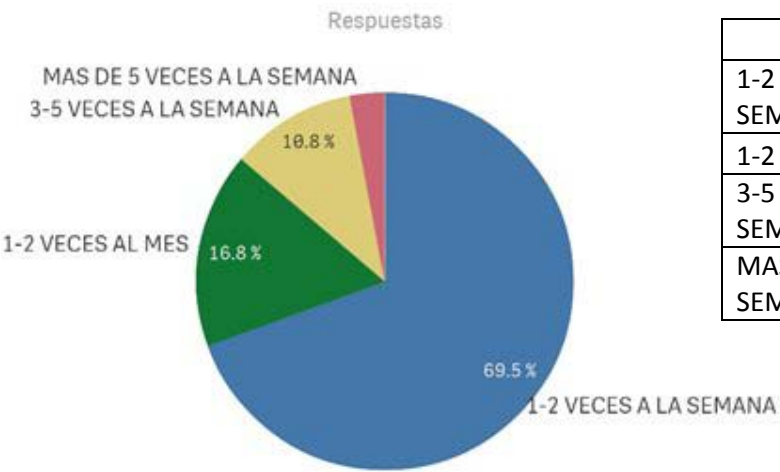
9 Gráfico Pregunta 9



Actividad	Total	%
SALIR DE PASEO	119	56.13
DEPORTE	36	16.98
VER TELEVISION	26	12.26
COMER FUERA	5	2.36
PISCINAS	4	1.89
REUNIONES FAMILIARES	4	1.89
JUEGOS DE MESA	3	1.42
NINGUNA	3	1.42
VISITAR FAMILIA	3	1.42
CENA	2	0.94
CAMPO/FINCA	1	0.47
CINE	1	0.47
DORMIR	1	0.47
HACER ASADOS	1	0.47
IR A LA IGLESIA	1	0.47
PASAR SOLO	1	0.47
TRABAJAR	1	0.47

10 Gráfico Pregunta 10

¿QUÉ TAN SEGUIDO REALIZA ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR?



Respuestas	# de encuestas
1-2 VECES A LA SEMANA	116
1-2 VECES AL MES	28
3-5 VECES A LA SEMANA	18
MAS DE 5 VECES A LA SEMANA	5

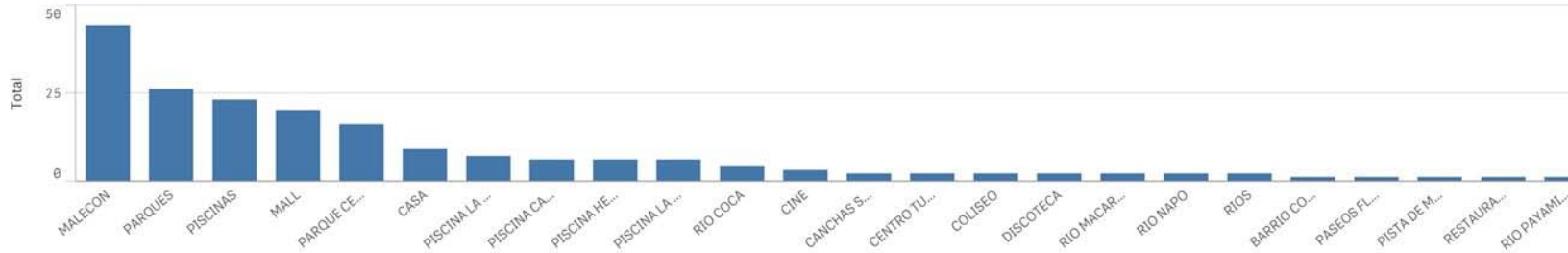
11 Gráfico Pregunta 11

¿CUANTO GASTA APROXIMADAMENTE EN ENTRETENIMIENTO FAMILIAR A LA SEMA...



Respuestas	# de encuestas
\$0-\$50	119
\$50-\$100	44
\$100-\$300	3
\$300-\$500	1

12 Gráficos Pregunta 12





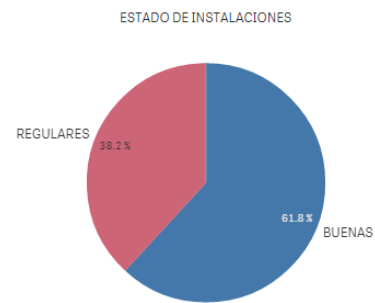
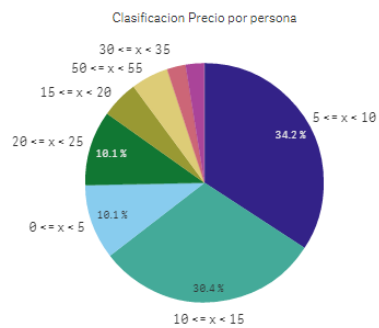
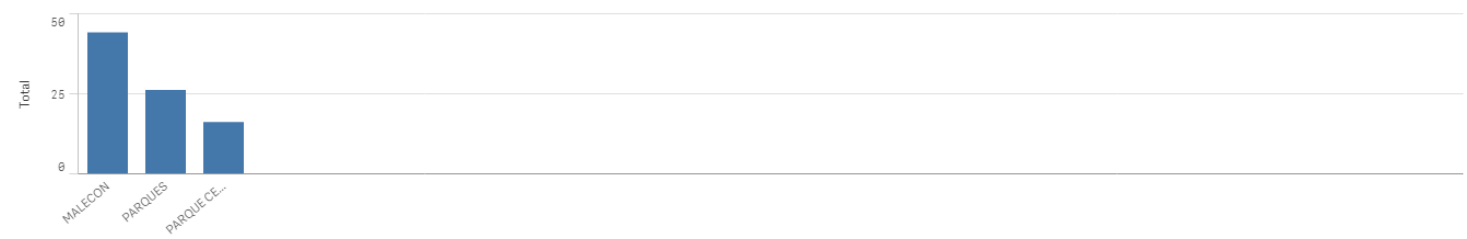
Clasificación Precio por persona	Total
10 <= x < 15	55
5 <= x < 10	42
0 <= x < 5	23
15 <= x < 20	19
20 <= x < 25	16
50 <= x < 55	6
30 <= x < 35	5
40 <= x < 45	2
100 <= x < 105	2
70 <= x < 75	1

Lugar en el Coca	Total
MALECON	44
PARQUES	26
PISCINAS	23
MALL	20
PARQUE CENTRAL	16
CASA	9
PISCINA LA ISLA	7
PISCINA CATLEYA	6
PISCINA HELICONIAS	6
PISCINA LA MISION	6
RIO COCA	4
CINE	3
CANCHAS SINTETICAS	2
CENTRO TURISTICO	2
COLISEO	2
DISCOTECA	2
RIO MACAREÑA	2
RIO NAPO	2
RIOS	2
BARRIO CON HOGAR	1
PASEOS FLUVIALES RIO NAPO	1
PISTA DE MOTOCROSS	1
RESTAURANTES	1
RIO PAYAMINO	1

Estado de las instalaciones	# de respuestas
BUENAS	95
REGULARES	70
MALO	3

13 Gráfico Esparcimiento Público

Pregunta 12: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR DENTRO DE LA CIU...



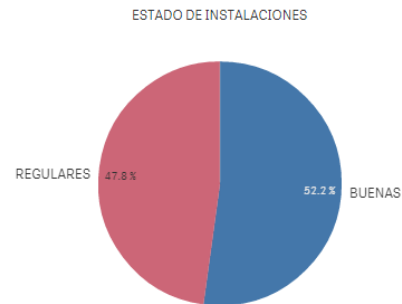
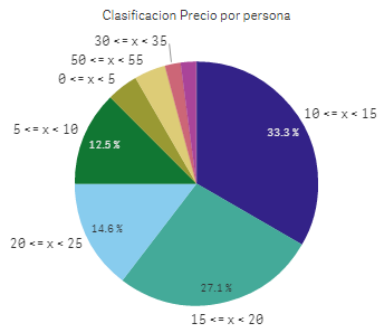
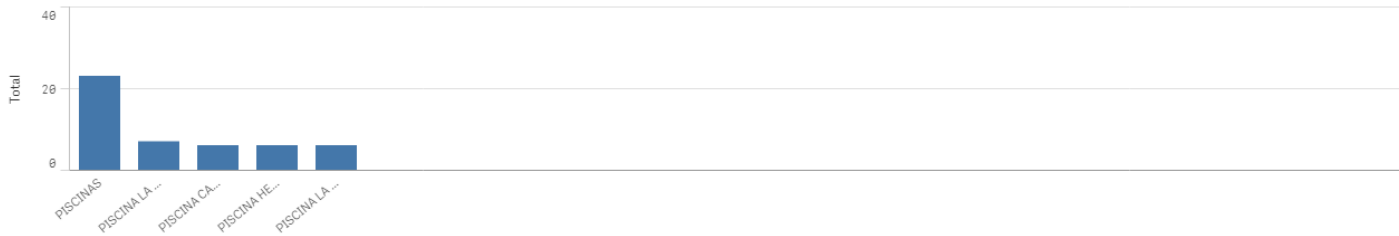
Lugar en el Coca	Total
MALECON	44
PARQUES	26
PARQUE CENTRAL	16

Estado de las instalaciones	# de respuestas
BUENAS	47
REGULARES	29

Clasificacion Precio por persona	Total
5 <= x < 10	27
10 <= x < 15	24
0 <= x < 5	8
20 <= x < 25	8
15 <= x < 20	4
50 <= x < 55	4
30 <= x < 35	2
40 <= x < 45	2

14 Gráfico Piscinas

Pregunta 12: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR DENTRO DE LA CIU...



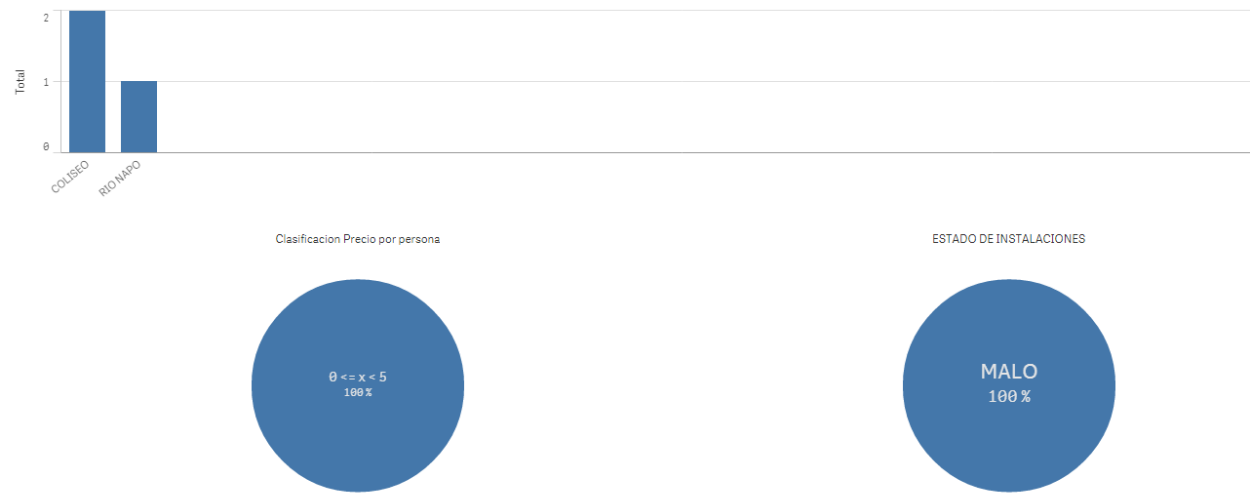
Lugar en el Coca	Total
PISCINAS	23
PISCINA LA ISLA	7
PISCINA CATLEYA	6
PISCINA HELICONIAS	6
PISCINA LA MISION	6

Estado de las instalaciones	# de respuestas
BUENAS	24
REGULARES	22

Clasificacion Precio por persona	Total
10 <= x < 15	16
15 <= x < 20	13
20 <= x < 25	7
5 <= x < 10	6
0 <= x < 5	2
50 <= x < 55	2
30 <= x < 35	1
70 <= x < 75	1

15 Gráfico Instalaciones Malas

Pregunta 12: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR DENTRO DE LA CIU...



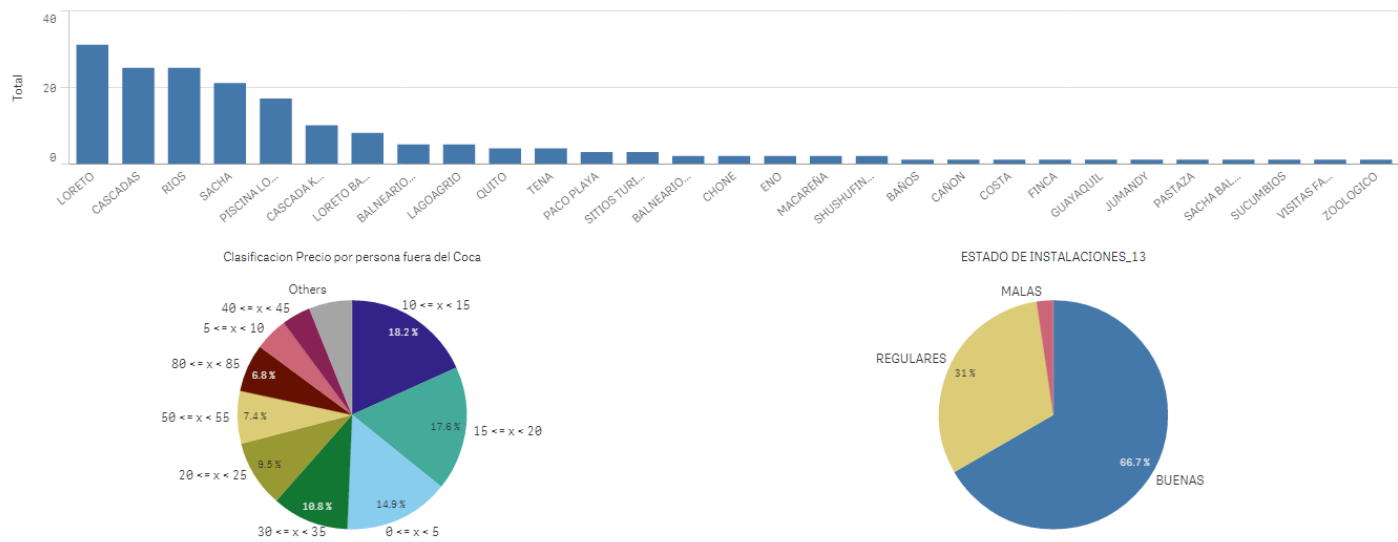
Lugar en el Coca	Total de respuestas
COLISEO	2
RIO NAPO	1

Estado de las instalaciones	# de respuestas
MALO	3

Clasificacion Precio por persona	Total
0 <= x < 5	3

16 Gráfico Pregunta 13

Pregunta 13: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR FUERA DE LA CIUD...



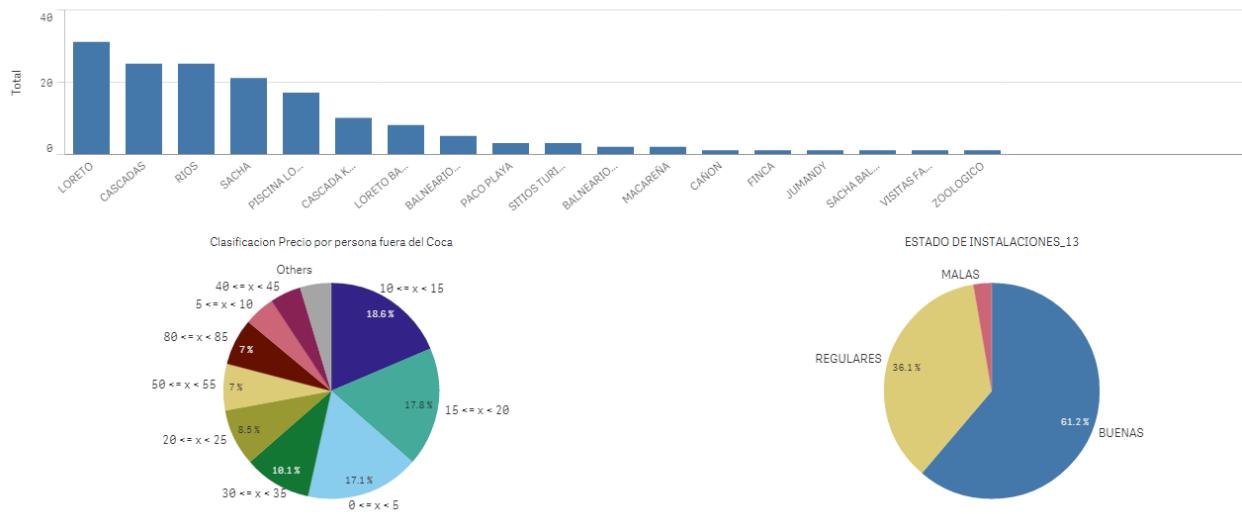
Lugar fuera del Coca	Total	%
LORETO	31	17.0
CASCADAS	25	13.7
RIOS	25	13.7
SACHA	21	11.5
PISCINA LORETO OJO DE AGUA	17	9.3
CASCADA KARACHUPA PACKA	10	5.5
LORETO BALNEARIOS	8	4.4
BALNEARIO VALLADOLID	5	2.7
LAGO AGRIO	5	2.7
QUITO	4	2.2
TENA	4	2.2
PACO PLAYA	3	1.6
SITIOS TURISTICOS	3	1.6
BALNEARIO NATURAL	2	1.1
CHONE	2	1.1
ENO	2	1.1
MACAREÑA	2	1.1
SHUSHUFINDI	2	1.1
BAÑOS	1	0.5
CAÑON	1	0.5
COSTA	1	0.5
FINCA	1	0.5
GUAYAQUIL	1	0.5
JUMANDY	1	0.5
PASTAZA	1	0.5
SACHA BALNEARIO	1	0.5
SUCUMBIOS	1	0.5
VISITAS FAMILIARES	1	0.5
ZOOLOGICO	1	0.5

Clasificación Precio por persona fuera del Coca	Total
10 <= x < 15	27
15 <= x < 20	26
0 <= x < 5	22
30 <= x < 35	16
20 <= x < 25	14
50 <= x < 55	11
80 <= x < 85	10
5 <= x < 10	7
40 <= x < 45	6
	9

Estado de las Instalaciones	Total
BUENAS	114
REGULARES	53
MALAS	4

17 Gráfico lugares cercanos

Pregunta 13: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR FUERA DE LA CIUD...



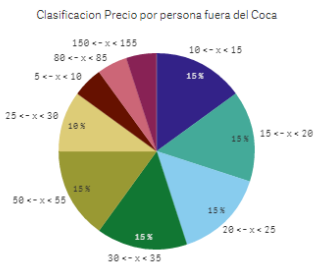
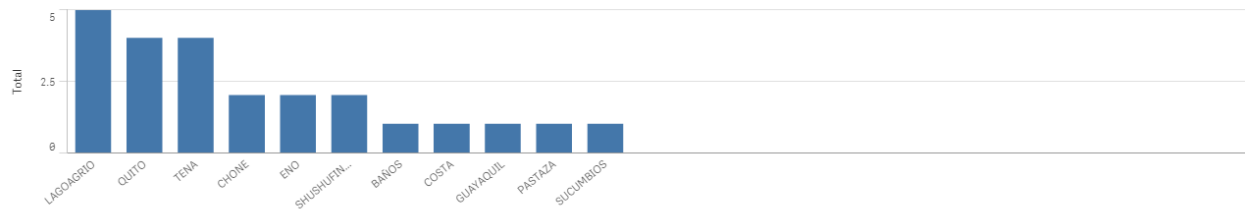
Lugares en la provincia	Total
LORETO	31
CASCADAS	25
RIOS	25
SACHA	21
PISCINA LORETO OJO DE AGUA	17
CASCADA KARACHUPA PACKA	10
LORETO BALNEARIOS	8
BALNEARIO VALLADOLID	5
PACO PLAYA	3
SITIOS TURISTICOS	3
BALNEARIO NATURAL	2
MACAREÑA	2
CAÑON	1
FINCA	1
JUMANDY	1
SACHA BALNEARIO	1
VISITAS FAMILIARES	1
ZOOLÓGICO	1

Precio por persona	Total
10 <= x < 15	24
15 <= x < 20	23
0 <= x < 5	22
30 <= x < 35	13
20 <= x < 25	11
50 <= x < 55	9
80 <= x < 85	9
5 <= x < 10	6
40 <= x < 45	6
otros	6

Estado de las instalaciones	Total
BUENAS	90
REGULARES	53
MALAS	4

18 Gráfico lugares fuera de la provincia

Pregunta 13: ¿A QUE LUGARES ACUDEN PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO FAMILIAR FUERA DE LA CIUD...



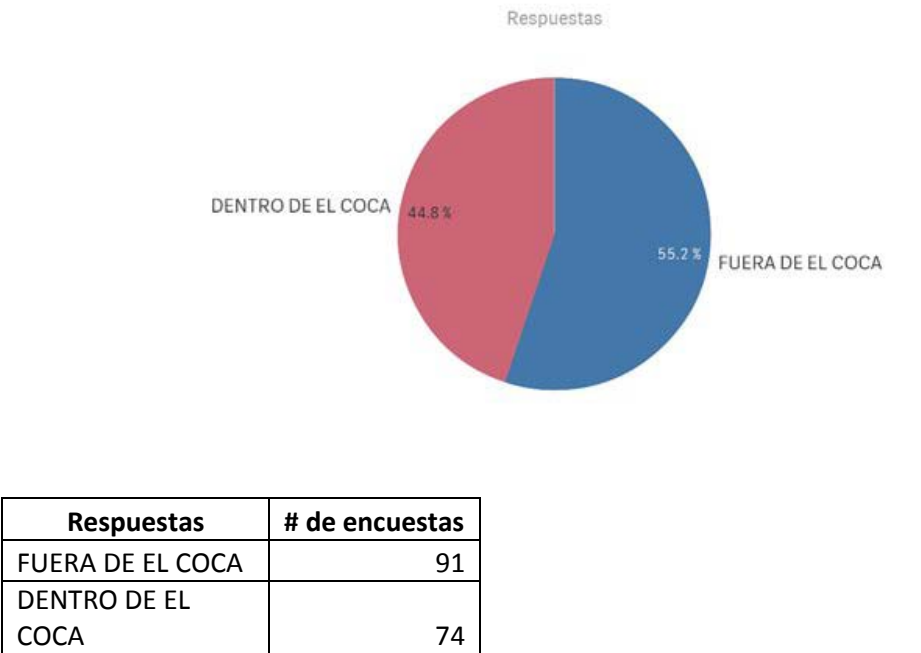
Fuera de la provincia	Total
LAGOAGRIO	5
QUITO	4
TENA	4
CHONE	2
ENO	2
SHUSHUFINDI	2
BAÑOS	1
COSTA	1
GUAYAQUIL	1
PASTAZA	1
SUCUMBIOS	1

Precio por persona	Total
10 <= x < 15	3
15 <= x < 20	3
20 <= x < 25	3
30 <= x < 35	3
50 <= x < 55	3
25 <= x < 30	2
5 <= x < 10	1
80 <= x < 85	1
150 <= x < 155	1
otros	0

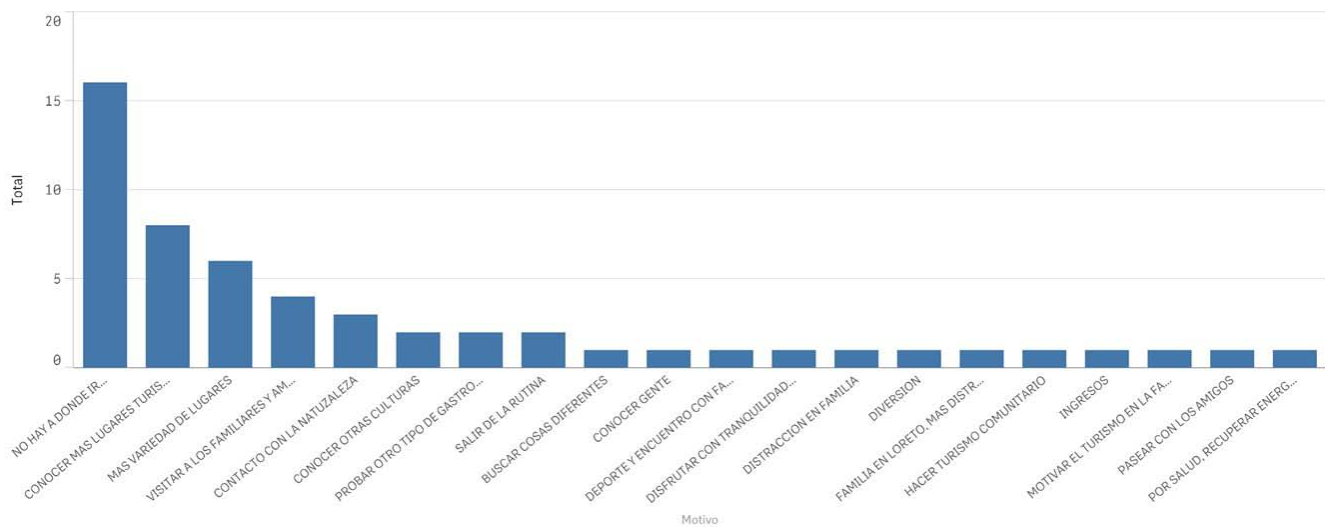
Estado de las instalaciones	Total
BUENAS	24

19 Gráfico Pregunta 14

¿PRODRÍA CONCLUIR QUE PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO F...

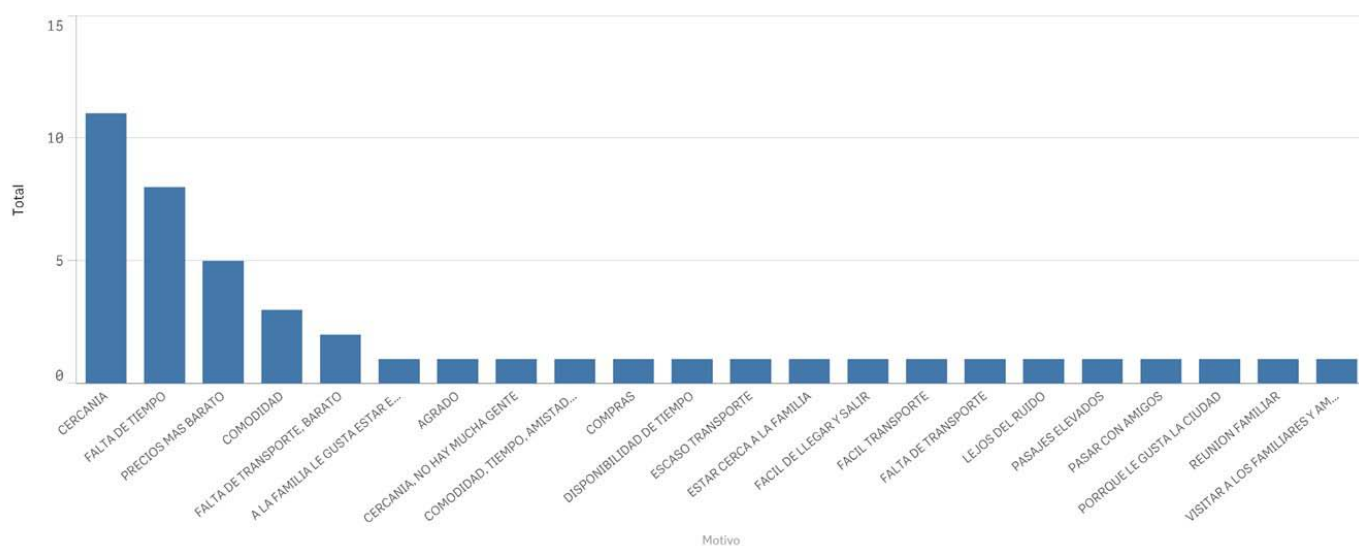


14 Gráfico Razones por las cuales salen de la ciudad



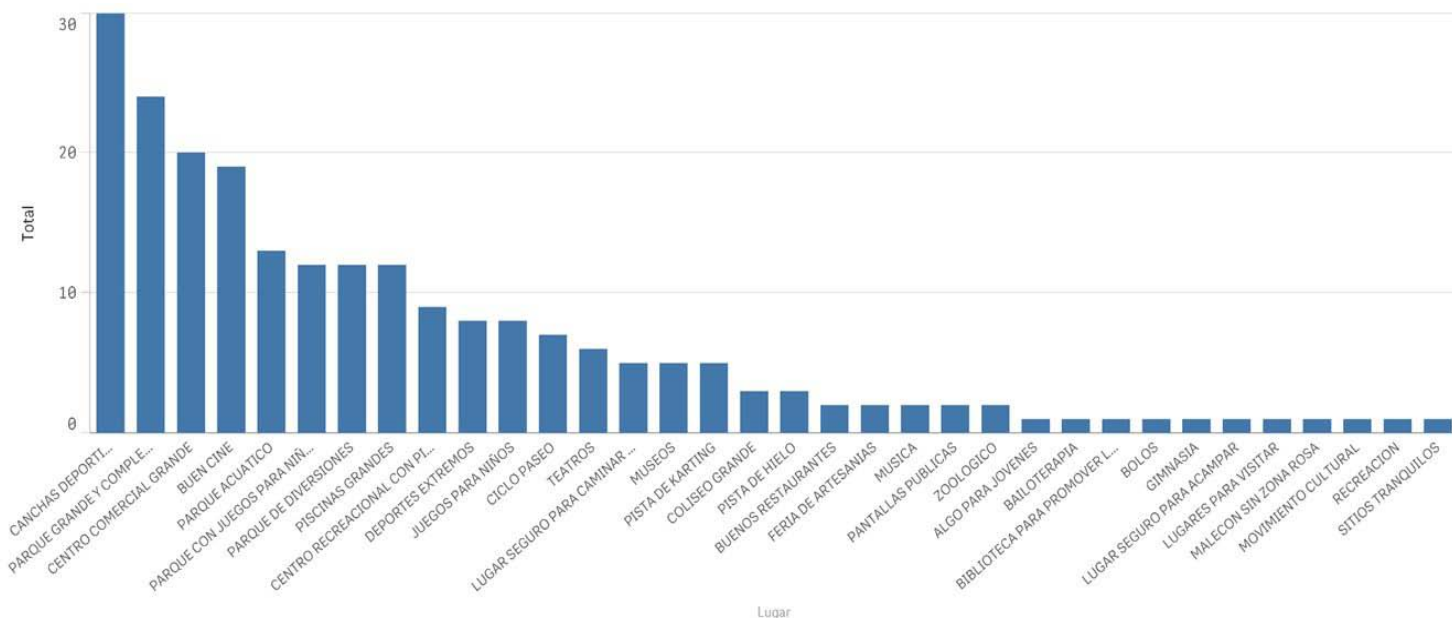
Motivo	Total	%
NO HAY A DONDE IR EN EL COCA	16	29.1
CONOCER MAS LUGARES TURISTICOS	8	14.5
MAS VARIEDAD DE LUGARES	6	10.9
VISITAR A LOS FAMILIARES Y AMIGOS	4	7.3
CONTACTO CON LA NATUZALEZA	3	5.5
CONOCER OTRAS CULTURAS	2	3.6
PROBAR OTRO TIPO DE GASTRONOMIA	2	3.6
SALIR DE LA RUTINA	2	3.6
BUSCAR COSAS DIFERENTES	1	1.8
CONOCER GENTE	1	1.8
DEPORTE Y ENCUENTRO CON FAMILIARES	1	1.8
DISFRUTAR CON TRANQUILIDAD Y SIN CONTAMINACION	1	1.8
DISTRACCION EN FAMILIA	1	1.8
DIVERSION	1	1.8
FAMILIA EN LORETO, MAS DISTRACCION	1	1.8
HACER TURISMO COMUNITARIO	1	1.8
INGRESOS	1	1.8
MOTIVAR EL TURISMO EN LA FAMILIA	1	1.8
PASEAR CON LOS AMIGOS	1	1.8
POR SALUD, RECUPERAR ENERGIA PARA EL TRABAJO	1	1.8

21 Gráfico Razones por las cuales se quedan en la ciudad



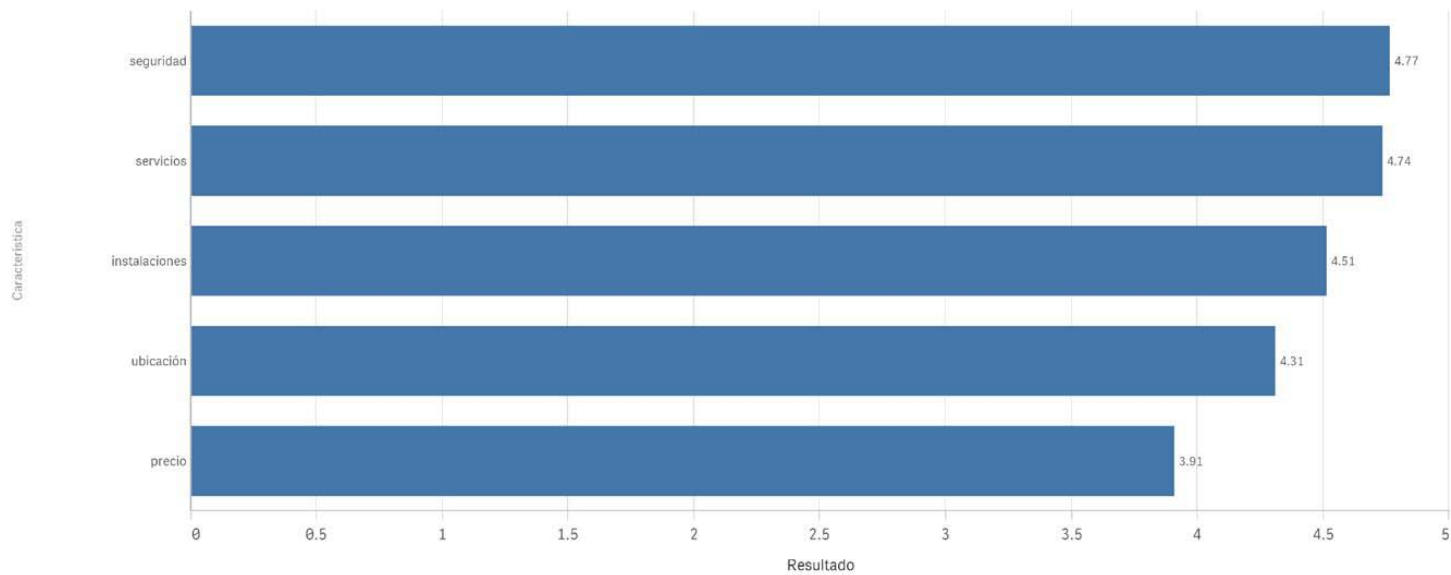
Motivo	Total	%
CERCANIA	11	23.9
FALTA DE TIEMPO	8	17.4
PRECIOS MAS BARATO	5	10.9
COMODIDAD	3	6.5
FALTA DE TRANSPORTE BARATO	2	4.3
A LA FAMILIA LE GUSTA ESTAR EN LA CIUDAD	1	2.2
AGRADO	1	2.2
CERCANIA, NO HAY MUCHA GENTE	1	2.2
COMODIDAD, TIEMPO, AMISTADES Y FAMILIARES	1	2.2
COMPRAS	1	2.2
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	1	2.2
ESCASO TRANSPORTE	1	2.2
ESTAR CERCA A LA FAMILIA	1	2.2
FACIL DE LLEGAR Y SALIR	1	2.2
FACIL TRANSPORTE	1	2.2
FALTA DE TRANSPORTE	1	2.2
LEJOS DEL RUIDO	1	2.2
PASAJES ELEVADOS	1	2.2
PASAR CON AMIGOS	1	2.2
PORRQUE LE GUSTA LA CIUDAD	1	2.2
REUNION FAMILIAR	1	2.2
VISITAR A LOS FAMILIARES Y AMIGOS	1	2.2

22 Gráfico Pregunta 15



Lugar	Total	%
CANCHAS DEPORTIVAS	30	13.5
PARQUE GRANDE Y COMPLETO	24	10.8
CENTRO COMERCIAL GRANDE	20	9.0
BUEN CINE	19	8.6
PARQUE ACUATICO	13	5.9
PARQUE CON JUEGOS PARA NIÑOS	12	5.4
PARQUE DE DIVERSIONES	12	5.4
PISCINAS GRANDES	12	5.4
CENTRO RECREACIONAL CON PISCINA, CANCHAS DEPORTIVAS, RESTAURANTE, ETC.	9	4.1
DEPORTES EXTREMOS	8	3.6
JUEGOS PARA NIÑOS	8	3.6
CICLO PASEO	7	3.2
TEATROS	6	2.7
LUGAR SEGURO PARA CAMINAR Y TROTAR	5	2.3
MUSEOS	5	2.3
PISTA DE KARTING	5	2.3
COLISEO GRANDE	3	1.4
PISTA DE HIELO	3	1.4
BUENOS RESTAURANTES	2	0.9
FERIA DE ARTESANIAS	2	0.9
MUSICA	2	0.9
PANTALLAS PUBLICAS	2	0.9
ZOOLOGICO	2	0.9
ALGO PARA JOVENES	1	0.5
BAILOTERAPIA	1	0.5
BIBLIOTECA PARA PROMOVER LA LECTURA	1	0.5
BOLOS	1	0.5
GIMNASIA	1	0.5
LUGAR SEGURO PARA ACAMPAR	1	0.5
LUGARES PARA VISITAR	1	0.5
MALECON SIN ZONA ROSA	1	0.5
MOVIMIENTO CULTURAL	1	0.5
RECREACION	1	0.5
SITIOS TRANQUILOS	1	0.5

23 Gráfico Pregunta 16



Característica	Resultado
seguridad	4.77E+0
servicios	4.74E+0
instalaciones	4.51E+0
ubicación	4.31E+0
precio	3.91E+0

24 Gráfico Pregunta 17

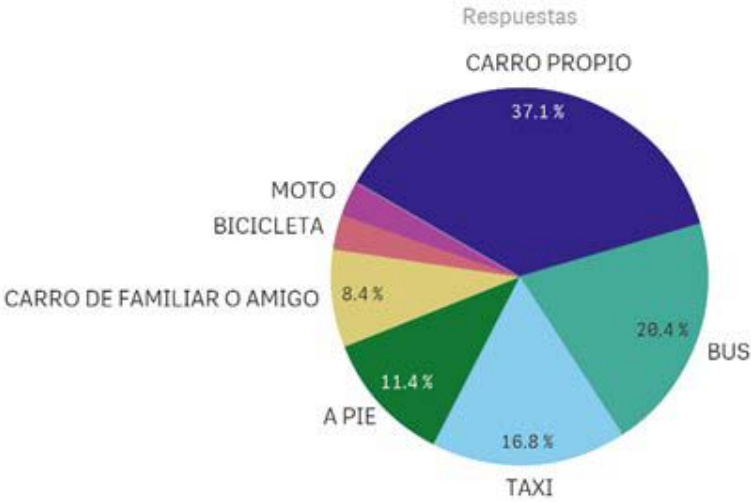
¿PARA QUE GRUPO DE PERSONAS CREE USTED QUE EXISTEN MÁS ALTERNATIVAS ...



Respuestas	# de encuestas	%
ADULTOS	93	55.7
NINGUNO	23	13.8
TODOS POR IGUAL	19	11.4
NIÑOS	17	10.2
ADOLESCENTES	15	9.0

25 Gráfico Pregunta 18

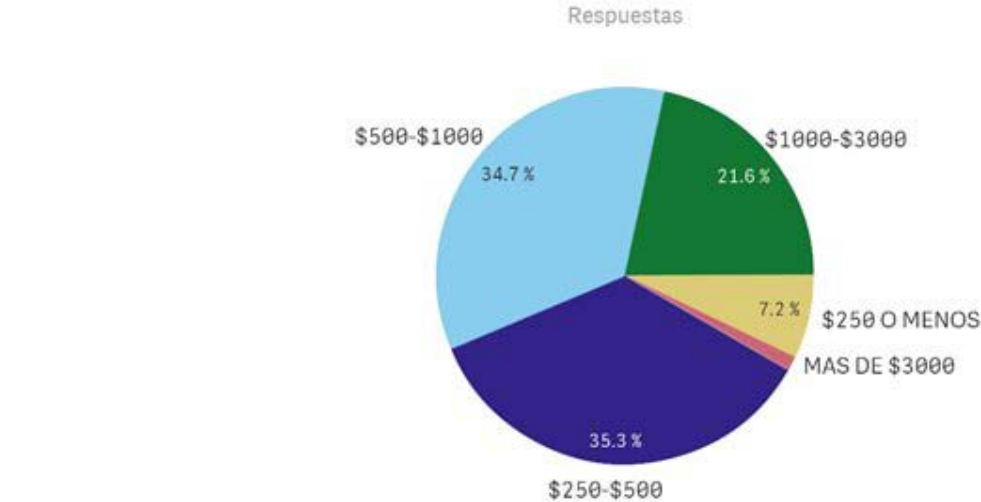
¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZA NORMALMENTE PARA TRASLADARSE EN LA ...



Respuestas	# de encuestas
CARRO PROPIO	62
BUS	34
TAXI	28
A PIE	19
CARRO DE FAMILIAR O AMIGO	14
BICICLETA	5
MOTO	5

26 Gráfico Pregunta 19

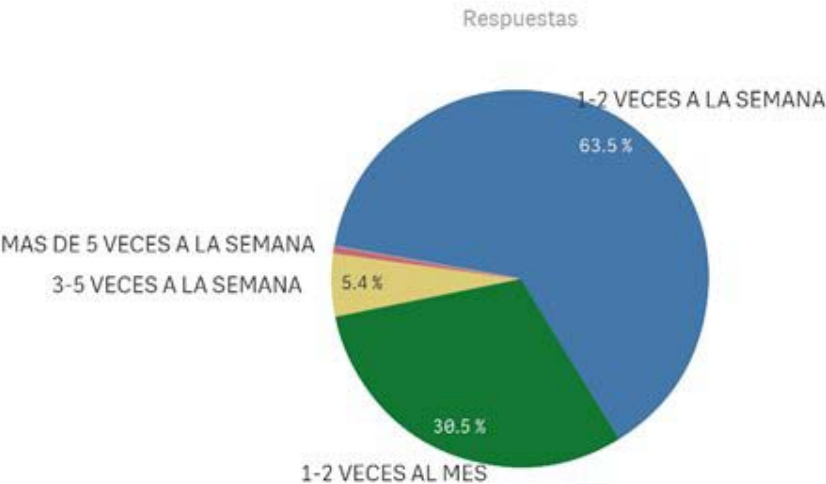
¿ESCOJA EL RANGO APROXIMADO DE SUS INGRESOS MENSUALES?



Respuestas	# de encuestas	%
\$250-\$500	59	35.3
\$500-\$1000	58	34.7
\$1000-\$3000	36	21.6
\$250 O MENOS	12	7.2
MAS DE \$3000	2	1.2

27 Gráfico Pregunta 20

¿CUÁNTO TIEMPO DEDICA A ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO CON AMIGOS/A...



Respuestas	# de encuestas	%
1-2 VECES A LA SEMANA	106	63.47
1-2 VECES AL MES	51	30.54
3-5 VECES A LA SEMANA	9	5.39
MAS DE 5 VECES A LA SEMANA	1	0.60

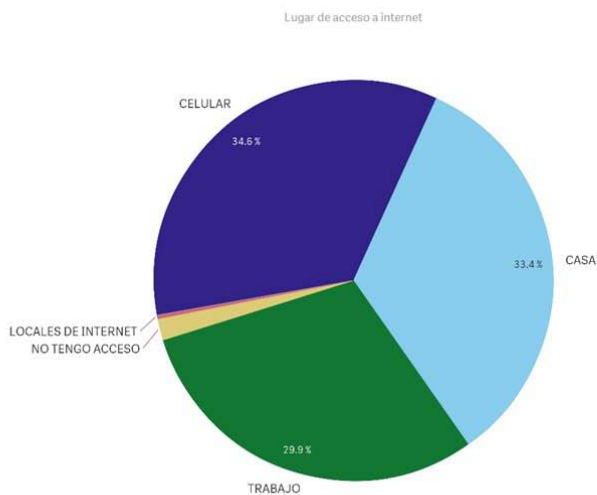
28 Gráfico pregunta 21

¿CUÁNTO GASTA APROXIMADAMENTE EN ENTRETENIMIENTO CON AMIGOS/AS O S...



Respuestas	# de encuestas
\$0-\$50	124
\$50-\$100	37
\$100-\$300	5
MAS DE \$500	1

29 Gráfico Pregunta 22



Lugar de acceso a internet	Total	%
CELULAR	119	34.6
CASA	115	33.4
TRABAJO	103	29.9
NO TENGO ACCESO	6	1.7
LOCALES DE INTERNET	1	0.3

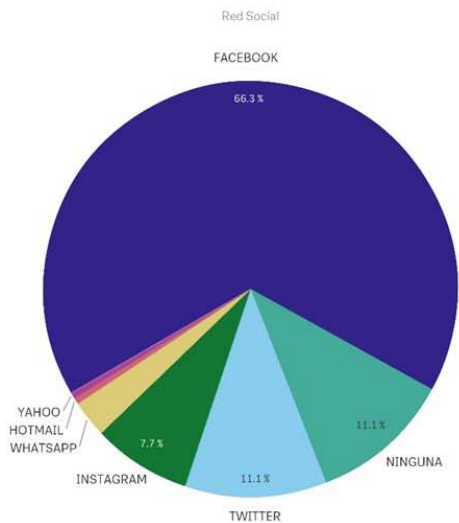
30 Gráfico Pregunta 23

¿SE COMUNICA VÍA CORREO ELECTRÓNICO?



Respuestas	# de encuestas	%
SIEMPRE	89	53.3
DE VEZ EN CUANDO	48	28.7
NUNCA	30	18.0

31 Gráfico Pregunta 24



Red Social	# de respuestas	%
FACEBOOK	138	66.3
NINGUNA	23	11.1
TWITTER	23	11.1
INSTAGRAM	16	7.7
WHATSAPP	6	2.9
HOTMAIL	1	0.5
YAHOO	1	0.5

ANEXO 4

DOCUMENTACION OTROGADA POR EL MINISTERIO DE TURISMO

ANEXO 4.1

Mapa Turístico del Cantón Francisco de Orellana



Atractivos Turísticos

- 1 Ciudad Francisco de Orellana (EL COCA)
- 2 CTC Paco Playa (KM. 17 VIA LORETO)
- 3 Coca Zoo (KM. 9 VIA EL AUCA)
- 4 Laguna de Yarina
- 5 Isla de los Monos (C. M. B. SUMAK ALLPA)
- 6 Laguna de Taraoa (PARROQUIA TARAOA)
- 7 CTC Indillama (COMUNIDAD INDILLAMA)
- 8 C. Interpretación Ambiental Yaku Kawsay (COMUNIDAD NUEVA PROVIDENCIA)
- 9 Laguna de Añangu
- 10 Saladero de Loros (PNY)
- 11 Laguna de Samona Yuturi (COM. SAMONA YUTURI)
- 12 Parque Nacional Yasuni
- 13 Río Shiripuno (KM. 90 VIA EL AUCA)
- 14 Río Tiputini (KM. 54 VIA EL AUCA)
- 15 P. N. Sumaco-Napo-Galeras

Ecolodges

- 1 Yarina Ecolodge (Parroquia Taraoa)
- 2 Napo Wildlife Center (Parroquia Alejandro Labaka)
- 3 Yasuni Kichwa Ecolodge (Parroquia Alejandro Labaka)
- 4 Shiripuno Lodge (Parroquia Inés Arango)

Simbología

- Ciudad
- Parroquia
- Comunidad
- Vía terrestre

Nacionalidades:

- Shuar
- Kichwa
- Waorani



ANEXO 4.2

Mapa Urbano de la Ciudad El Coca

MAPA URBANO



OPERADORAS DE TURISMO			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
OPE. TURÍSTICA WITTO	AMAZONAS Y CHIMBORAZO	062884211	
OROAGENCY	AMAZONAS Y CHIMBORAZO	062882582	
WILDLIFEAMAZON	QUITO Y BOLIVAR	062880802	
AMBAADOR TOUR	VICENTE ROCAFUERTE Y VICTOR RON	0997984676	
SUMAKALLPA TOUR	AMAZONAS ENTRE ESPEJO Y CHIMBORAZO	0997371286	
AMAZON TRAVEL TOURIST	AMAZONAS ENTRE ESPEJO Y CHIMBORAZO	0991041745	

ALOJAMIENTO			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
EL AUCA	NAPO ENTRE G. MORENO Y ROCAFUERTE	062880600	
LA MISIÓN	CAMILLO DE TORRANO FRENTE LA MISIÓN CAPUCHINA	062880260	
GRAN HOTEL DEL COCA	CAMILLO DE TORRANO Y ESMERALDAS	062882311	
JEKANNITY	AV. 9 DE OCT. Y ENRIQUE CASTILLO, BARRIO CENTRAL	062882276	
GRAN HOTEL BOSQUE DORADO	AV. 9 DE OCTUBRE Y PUTUMAYO	062860056	
ZURIA	EL AUCA ENTRE AV. 9 DE OCT. Y 6 DE DICIEMBRE	062861969	
HELICONIAS GRAND HOTEL	CUENCA Y AMAZONAS	062882010	
HOTEL AMAZÓNICO	BARR. UNIÓN AMBUREÑA, VÍA COCA-LORETO, MZ. 3, LOTE 2	0997175215	

ALOJAMIENTO			
HOTEL RESIDENCIALES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
OMAGUAS	QUITO S/N Y CUENCA	062880136	
SHADDAI	NAPO Y ESPEJO	062883922	
ORELLANA	AV. 9 DE OCTUBRE Y SERGIO SAENZ	062880515	
YASUNI	NAPO Y JUAN MONTALVO, BARRIO CENTRAL	062880816	
YASUNI 2	AV. 9 DE OCT. Y TIPUTINI, SEC. LOS ROSALES	062880264	
G. HOTEL PERLA AMAZÓNICA	AV. ALEJANDRO LABAKA Y ANTONIO CABRERA	0994494977	
REY DE REYES	AV. ALEJANDRO LABAKA Y GARCÍA MORENO	062880878	
COCA IMPERIAL	QUITO, ENTRE GUAYQUIL Y JUAN MONTALVO	062881557	
COTOPAXI	ESPEJO Y AMAZONAS	062880975	
CARACAS SUITE	NAPO Y ELOY ALFARO	062882206	

HOSTALES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
EL MARQUEZ	NAPO Y JUAN MONTALVO	062880305	
PUERTO ORELLANA	ALEJANDRO LABAKA S/N VÍA LAGO AGRIO	062880970	
RIPO NAPO	BOLIVAR S/N, ENTRE NAPO Y QUITO	062880872	
DAMARIS	ALEJANDRO LABAKA Y CAMILLO DE TORRANO	062880826	
EL ORO	KM. 80 VÍA CONONACO PARR. INÉS ARANGO	063081154	
CANAOS	ROCAFUERTE, NAPO Y AMAZONAS	062882094	
G. H. PARAISO AMAZÓNICO	QUITO ENTRE HUATARACO Y PAYAMINO	062860159	
EL CISNE	ROCAFUERTE ENTRE NAPO Y AMAZONAS	062880385	
EL MEZÓN DE BARRABAST	VÍA AUCA PARROQUIA DAYUMA VÍA PRINCIPAL	0985462203	
EL SAN FRANCISCO	VÍA TIGUINO - EL AUCA	0989922016	

HOSTALES RESIDENCIALES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
LÓPEZ	AV. GUAYQUIL Y 9 DE OCTUBRE	062883748	
CASA BLANCA	JOSE FELICIANO/ 6 DE DICI. Y 9 DE OCT.	062880213	

ALOJAMIENTO			
HOSTALES RESIDENCIALES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
BOLIVAR	QUITO Y GARCIA MORENO	062881635	
COCA	INÉS ARANGO Y ROCAFUERTE	062882088	
HENRY PAUL	LOJA Y FRANCISCO MEJIA	062880301	
CIUDAD CANELA	VICENTE ROCAFUERTE Y VICTOR RON	062881605	
NUOVO AMANECER	AV. 9 DE OCT. / RIO COCA Y CURARAY	062862548	
LOJANITA	NAPO Y CUENCA	062880032	
OASIS	CAMILLO DE TORRANO Y FRAY GASPAR	062880206	
SANTA MARIA	ROCAFUERTE, ENTRE QUITO Y NAPO	062880287	
SAFARI BRISAS DEL NAPO	AMAZONAS Y ESPEJO	062882128	
SAN FERMIN	QUITO S/N Y SIMON BOLIVAR	062880802	
UNICORNI	AV. 9 DE OCT. Y MIGUEL GAMBOA	062882293	
WILLIAM S	AMAZONAS Y GARCIA MORENO	062881048	
LA FLORIDA	AV. ALEJANDRO LABAKA Y ROCAFUERTE	062880177	
D'JAIR	VIA AUCA-CONONACO KM. 40, PARR. DAYUMA	0994784899	
GRAN AMAZONAS	VIA AUCA KM. 32, PARROQUIA DE DAYUMA	0982598557	
SAN LUIS	CALLE RIO PAYAMINO NAPO Y AMAZONAS		

MOTEL			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
PARAISO	KM. 9 1/2 VÍA LAGO AGRIO	0981319588	
LA CITA	KM. 4 1/2 VÍA LAGO AGRIO		
NEW YORK	BA. UNIÓN IMBUREÑA KM.5 VÍA LORETO	0991842272	
LA LUNA	KM. 8 VÍA COCA-LAGO AGRIO	0990448401	

ALOJAMIENTO			
PENSIONES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
LA TORRE	QUITO Y FRANCISCO MEJIA	0993059048	
ROYAL PALACE	VIA LORETO, CALLE ORO NEGRO	062862700	
MERY CARMEN	VIA AUCA-CONONACO KM. 40, PARR. DAYUMA	062370016	

HOSTERIAS			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
AMAZONAS	12 DE FEB. S/N Y ESPEJO, SECTOR 30 DE ABRIL	062880444	
CHAMBIRA	VIA A LAGO AGRIO KM. 12	0999623035	
LA CURVA DEL CAÑÓN	KM. 12 VÍA COCA LAGO AGRIO	0999227520	

ALIMENTOS Y BEBIDAS			
BARES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
LA ZONA	6 DE DICIEMBRE Y GARCIA MORENO	0990555177	
MADERA FINA	NAPO Y CHIMBORAZO	0994019752	
FRIENDS	CHIMBORAZO, 1 NAPO Y QUITO - AL MALECON	0983222325	
LA OFICINA	6 DE DICIEMBRE Y SERGIO SAENZ	0980683699	
DRINKS EXCLUSIVE	CHIMBORAZO Y NAPO / AL MALECON	062880907	
PAPPA DAN'S	NAPO Y CHIMBORAZO/MALECON	062881814	
LOS POMOS	AMAZONAS Y GRAL. MARCOS SUBIA	0992408098	
AZUL	CUENCA Y 6 DE DICIEMBRE	062883033	

FUENTES DE SODA			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
RICO POLLO	CUENCA ENTRE 9 DE OC. Y 6 DE DICIEMBRE	0985142888	
WILD WEST CAFE	AV. ALEJANDRO LABAKA Y ATAHUALPA	0980426006	
BOULEVARD DE LAS FRUTAS	QUITO Y JUAN MONTALVO	0994159762	
GREENPAST NATURAL FROZEN	QUITO Y CUENCA		
FRUTILANDIA	QUITO Y ESPEJO		
RIO COCA	KM. 6 VÍA LAGO AGRIO, GAS. RIO COCA		

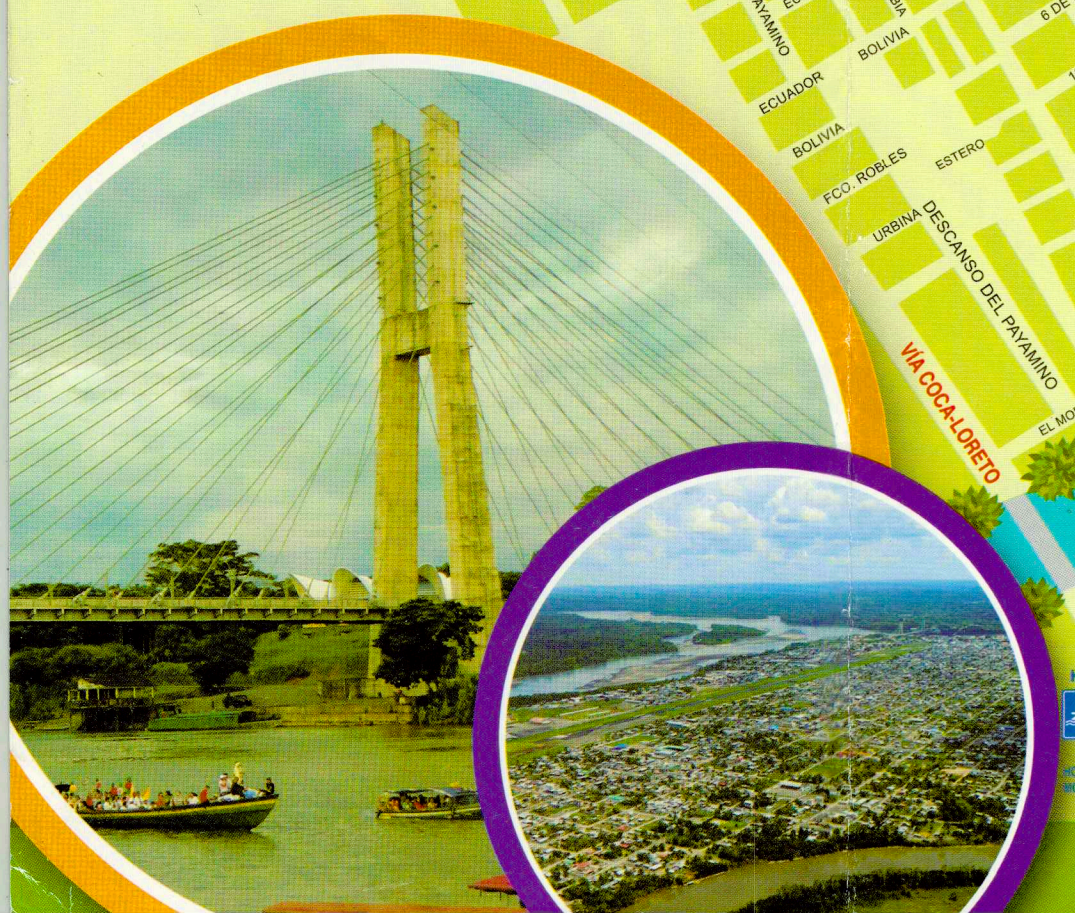
RESTAURANTES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
PAPEE'S	MALECON Y NICOLAS TORRES	0995425145	
LAS DELICIAS	NAPO Y CUENCA ESQ.	062881838	
FUEGO Y CARNE	FERNANDO ROY Y AMAZONAS	0979155352	
MATAMBRE	ESPEJO Y QUITO	0983480022	
PIZZA CHOZA	ROCAFUERTE, ENTRE QUITO Y NAPO	062881025	
PANCHOS	AV. ALEJANDRO LABAKA Y CHONTA DURO	062880982	
PARRILLADAS ARGENTINAS	AV. 9 DE OCTUBRE Y ENRIQUE CASTILLO	0999460305	
MEDIA NOCHE	NAPO Y ROCAFUERTE	062880026	
EL OCASO	ELOY ALFARO Y AMAZONAS	062880048	
EL REFUGIO DEL CANGREJO	NAPO Y CHIMBORAZO	0993814964	
BURGUER	AV. 9 DE OCTUBRE Y AUCA		
RINCON MANABITA	ELOY ALFARO Y NAPO	062880359	
ANGELITA	Y DEL PAYAMINO-CONTROL POLICIAL	0993706718	
LA CASA DEL MAITO	ESPEJO ENTRE NAPO Y QUITO	062882285	
LA JAIBA	QUITO Y ESPEJO	0959853843	
POLLOS AL HORNO EL CAMPERO	AV. 9 DE OCTUBRE Y PASAJE	0958539285	
ASADERO PIKO RIKO	6 DE DICIEMBRE Y JORGE RODRIGUEZ	062881001	
PIKO RIKO	9 DE OCTUBRE Y ELOY ALFARO	062881284	
DON QUINO	GUAYQUIL ENTRE NAPO Y AMAZONAS	062880246	
FLOR DE ORIENTE	VIA A LOS ZORROS KM 1 1/2	062883269	
ASADERO MI CUCHITO	NAPO Y ESPEJO	062883803	
POLLOS A LA BRASA MI REY	EUGENIO ESPEJO Y AMAZONAS	062883943	
SU MENÚ	AV. ALEJANDRO LABAKA Y TRANSVERSAL 15	062881726	
CEVICHERIA DELICIAS DEL MAR	6 DE DICIEMBRE Y VICENTE ROCAFUERTE	0993718722	
BOSQUE DORADO	9 DE OCTUBRE Y PUTUMAYO	062860557	
SOL DE ORIENTE	AV. ALEJANDRO LABAKA Y LONGITUD 8	062881718	
CHIFA YU LON	QUITO Y ROCAFUERTE		

RESTAURANTES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
CHIFA XIANG LONG	UQUILLAS Y NAPO	062883785	
LA CARPA DEL CANGREJO	12 DE FEBRERO Y GARCIA MORENO	062882661	
RIKO RIKO	9 DE OCTUBRE Y TARACOA	0989674646	
CEVICHERIA EL COLORADO	NAPO Y CHIMBORAZO	098080895	
BOULEVARD DE SAMY	HUATARACO Y AMBATO	0985419374	
EL SABOR DEL MAR	HUATARACO Y AMBATO	098800044	
ANGELINA	HUATARACO Y AMBATO	0986127273	
ASADERO LATINO	AV. ALEJANDRO LABAKA Y CAMILO DE TORRANO	098620000	
EL CARACOL	9 DE OCTUBRE Y SIMON BOLIVAR		
MASTER CHEF GOURMET	CALLES FRANCISCO MEJIA Y NAPO		
PIZZA & GRILL			

RECREACIÓN DIVERSION Y ESPARCIMIENTO			
DISCOTECAS			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
AWAKI J.C	NAPO Y CHIMBORAZO	0984605953	
BUNKER DE GALETH	INTERIOR DEL HOTEL LA MISIÓN		

COMPLEJOS RECREATIVOS			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
TERRAVENTURA	KM 3 1/2 VÍA LAGO AGRIO	062880152	
PISC. PAUKER	CALLE MORETAL S/N Y ARAZA	0997109701	
LA ISLA DEL AMOR	VIA AUCA KM.5 COMUNIDAD LOS MIELES	062881800	
CATTLEVA	BARR. JULIO LLORI, GONZALO PIZARRO Y VELASCO BARRA	062881715	
LA ISLA	VIA LORETO KM.8 FLOR DE PANTANO	0999460395	

TRANSPORTE TURÍSTICO			
FLOTELES			
ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	
MANATEE FLOTEL	P. FRANCISCO DE ORELLANA	0988429509	
ANAKONDA AMAZON CRUISES	MUELLE PUERTO ITAYA	0983076639	



ANEXO 4.3

Información General de la Provincia de Orellana

PROVINCIA DE ORELLANA

ORELLANA

Provincia amazónica con 136.396 habitantes, está a una altitud que va de 254 a 682 msnm., y una precipitación que oscila entre 3000 y 4000 mm anual, conserva en su territorio El Parque Nacional Yasuní, la zona baja de La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno y El Parque Nacional Sumaco Napo Galeras, importantes áreas protegidas con mega biodiversidad de flora y fauna en su estado más puro, un verdadero laboratorio natural. Al interior de la selva habitan los Tagaeris y Taromenane pueblos no contactados; los Waorani, Kichwa y Shuaras, nacionalidades que mantienen su propia cultura y la comparten con los visitantes, un viaje por la provincia ecológica de Orellana, de clima cálido húmedo, temperatura que varía de 20° y 40° C, con ríos importantes como el Napo, el Yasuní y el Coca que corren hacia el Amazonas, te invita a descubrir sus bellezas mágicas e imponentes, donde la ciencia y la espiritualidad conviven entre selváticos parajes y míticos personajes.

GEOGRAFÍA

Orellana, provincia de la Región Centro Norte del Ecuador, con su capital Francisco de Orellana. Tiene una superficie de 20.733 km², establecida en una terraza aluvial formada y delimitada por los Ríos Coca, Napo y Payamino, los cuales son el marco geográfico e hidrológico de la ciudad, sus coordenadas geográficas son 77° 40' de longitud Oeste, 00° 01' de latitud Sur.

Constituido por 4 cantones: Francisco de Orellana, Joya de los Sachas, Aguarico y Loreto; con 33 parroquias, limitado al norte con la provincia de Sucumbíos, al sur con la provincia de Pastaza, al este con la República del Perú y al oeste con la provincia de Napo.

SINTESIS HISTÓRICA

La Provincia es un sitio histórico de donde se establece que partió el español Francisco de Orellana, al descubrimiento del Río Amazonas el 11 de febrero de 1542, marcando también la ruta y el descubrimiento del oriente ecuatoriano.

La provincia de Orellana, la sexta de la Región Amazónica fue creada el 28 de julio de 1998. Nace de la división del territorio de la provincia de Napo.

La idea nació en 1987 y su impulsor entonces fue monseñor Alejandro Labaca, se concreta coincidentemente, 11 años después del fallecimiento del prelado, que fuera lanceado por los indígenas Tagaeris (huaorani indómitos).

La nueva jurisdicción, en principio debía llamarse Amazonas. Pero, ante un potencial reclamo del Perú, se decidió denominarla Orellana.

Su cabecera cantonal es Francisco de Orellana, más conocida como El Coca, debido a que antiguamente los shamanes practicaban sus rituales curativos en el sitio, con las hojas de coca

masticadas. Algunos afirman que los primeros colonos la fundaron con ese sobrenombre a finales del siglo XVIII, tras encontrar plantas silvestres en las orillas del río Napo, cerca de donde ahora se asienta la población.

El Coca es también conocido como la capital petrolera del Ecuador

ARTESANÍAS

Podemos encontrar una gran variedad de artesanías tales como: aretes, manillas, collares, tawasap, carteras, cinturones, cestos, lanzas entre otros, elaboradas a base de semillas de cumbia, ajulemos, san pedro, nupis, adornadas con plumas de aves, huesos, carrizos, etc.

ACCESIBILIDAD

En la provincia de Orellana contamos con dos vías de acceso terrestre: Quito – Baeza – Cosanga - vía Hollín - Loreto - Coca y la vía Quito - Lago Agrio - Coca en aproximadamente 8 horas de viaje. Otra opción para llegar, es por vía aérea a solo 30 minutos de vuelo desde la ciudad de Quito, cuenta con las siguiente aerolíneas que tienen rutas permanentes: TAME, ICARO, VIP, S aéreo. Con TAME se realizan conexiones El Coca - Latacunga – Guayaquil y viceversa.

ÁREAS PROTEGIDAS

1. Parque Nacional Yasuní

Es un laboratorio natural creado en noviembre de 1979, con una temperatura promedio de 27° C que ofrece la oportunidad de aprender sobre los sistemas tropicales, es una sucesión infinita de pequeñas colinas formadas por el paso milenario de los ríos Yasuní, Tiputini, Nashiño, Napo, Cononaco y Curaray, en sus 982 hectáreas alberga a uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad en el mundo, donde habitan los más variados representantes de flora exótica como la chonta, chambira, cruz caspi, cedro, chuncho, guarumo, colorado, laurel, palmito, pambil, ungurahua, macrolobio, morete, balsa, tagua, caoba, uña de gato, sangre de gallina y de drago; en la fauna con más de 500 especies de aves, en cuanto a mamíferos, se han registrado 173 especies, aunque se estima que existen unas 200 que corresponderían al 57% de toda la fauna existente en el país, así mismo se han registrado 62 especies de serpientes y más de 100 de anfibios, por tal razón, la UNESCO lo declaró Reserva Mundial de la Biosfera en 1989.

2. Reserva Faunística Cuyabeno

Es considerada como un santuario de vida silvestre e incluye áreas de altísimo valor para la conservación de la biodiversidad en flora y fauna, en la Reserva se encuentran los sistemas lacustres tropicales más grandes del país: el Río Cuyabeno y el Río Lagarto. Los ambientes varían entre bosques de tierra firme, bosques inundados, pantanos, ríos y lagunas. Los bosques tropicales son conocidos por poseer el mayor número de especies vivientes.

Reserva creada el 26 de Julio de 1979, se ubica en la Provincia de Sucumbíos con su mayor parte del territorio y Orellana en el noreste de la Región Amazónica de Ecuador, sus 603.380 hectáreas,

goza de las bondades del Bosque Húmedo Tropical, con promedios anuales de temperatura que supera los 25° C.

3. Parque Nacional Sumaco Napo Galeras

Este Parque ofrece a los visitantes paisajes de alta montaña, bosques de neblina, profundos cañones y ríos de selva. La zona baja protege parte del refugio pleistocénico del Napo, un sector y una época donde se generaron gran parte de las especies que hasta hoy permanecen intactas en el lugar.

Tiene una extensión total de 207.040 ha, distribuidas en dos núcleos, 11.761 ha del núcleo Napo Galeras y 195.279 ha del núcleo Sumaco. Es calificado como una de las áreas protegidas más agrestes e inexploradas de todo el Sistema de Áreas Protegidas del Ecuador, pues su vegetación enmarañada, estructuras geológicas especiales, ambientes diversos y aislados que albergan condiciones biológicas interesantes y las pendientes escarpadas que se extienden hasta la Amazonía, imposibilitan todo acceso al área.

Dentro de la provincia de Orellana se localiza una parte de esta área protegida en el cantón Loreto.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

FRANCISCO DE ORELLANA

Ubicado a 75° 18' longitud W y 0° 03' 30'' latitud S entre 76° 00' 4'' longitud W y 1° 04' 40'' de latitud S, es una ciudad estratégica, no solo para el petróleo sino para las expectativas que mantienen varios sectores por el potencial turístico y naviero que tiene este puerto.

Sus 6.853,70 Km² constan de extensas áreas de densa vegetación con inigualable potencial turístico compuesto por la comunidad Shuar Atahualpa, Paco Playa, el Coca Zoo, La Isla de los Monos, el Saladero de Loros de Añangu, etc. Privilegiado por disponer áreas del Parque Nacional Yasuní donde se ubican importantes emprendimientos comunitarios kichwas, que desarrollan actividades de ecoturismo, observación de flora y fauna a través de viajes por impresionantes lagunas y parte del río Napo. Las fiestas de cantonización se celebran desde el 25 al 30 de abril.

1. Ecoparque Payamino Yacu

El Ecoparque Payamino Yacu es el sitio ideal para mantener un reencuentro con la madre naturaleza. Ubicado al extremo oeste de la ciudad de Puerto Francisco de Orellana (El Coca), este atractivo turístico permite conocer las bondades del bosque por su rica biodiversidad y variados ecosistemas. Si se busca momentos de sano esparcimiento y distracción, este es lugar indicado.

El Ecoparque lleva su nombre en honor al río que baña sus orillas, el río Payamino, que desemboca en el río Napo (principal afluente del río Amazonas); y "Yacu", que en el idioma kichwa significa río.

En sus 59.10 hectáreas, alberga una gran diversidad de especies como monos, venados, capibaras, guatusas, caciques, hoatzines (aves), tortugas, ranas y mariposas. La riqueza de su flora es igual de

exquisita, existen árboles de ceibo, capironas y pambiles. Estas y otras especies demuestran el buen estado de conservación que tiene el área.

2. Cascada la Belleza

Ubicada a Este: 268781 de longitud y Norte: 9908043 de latitud, en la parroquia La Belleza a 54 Km. en la vía Coca-Los Zorros, la carretera de acceso es lastrada y se puede llegar en transporte público o en auto particular. Desde la carretera hasta la cascada existe una caminata de diez minutos a través de pastizales hasta encontrar un bosque secundario de la selva húmeda tropical que rodea al atractivo.

La cascada tiene una caída de agua de 4 metros de altura x 22 metros de ancho y está formada por las aguas del río Tiputini, Que a esta altura presenta aguas cristalinas con pocos sedimentos, es ideal para la recreación familiar.

3. Laguna de Taracoa

Ubicada en longitud Este: 303895 y latitud Norte: 9948962 de la parroquia Taracoa. Es la laguna más grande del cantón Francisco de Orellana, está rodeada de bosques inundables y es alimentada por varios esteros locales y las lluvias amazónicas. Aquí se puede realizar travesías en canoas, picnic, la observación de flora y fauna en pantanos circundantes. Se accede desde la ciudad del Coca por la vía El Auca, luego se toma el desvío hacia la comunidad Taracoa y de aquí a 15 minutos se llega al atractivo.

4. Feria Indígena

Es un evento que se desarrolla los días domingos de cada semana en una zona cercana al malecón de la ciudad de Francisco de Orellana, aquí los indígenas Kichwas, Shuar y Waoranis ofrecen productos tradicionales de la selva amazónica, frutas silvestres, tubérculos, medicinas naturales, bebidas y comidas típicas; destacándose los pinchos de mayones o llamados chonta curos que son los más apetecidos. La feria está abierta a partir de las 6 am hasta el mediodía y es de fácil acceso.

5. Comunidad Añangu

Está ubicada en el cantón Francisco de Orellana, su territorio forma parte del Parque Nacional Yasuní, inició sus actividades turísticas en 1998, con un proyecto denominado Napo Wildlife Center, desde el 2003 al 2006 fue administrado por la Fundación Ecotour. En junio del 2007 la administración, control y propiedad del ecolodge pasa a la Comunidad Kichwa Añangu buscando mantener intacto su territorio ancestral, a través de la práctica del turismo comunitario con la oferta de servicios de alojamiento, alimentación, guías turísticos y transporte fluvial. Disponen de un centro artesanal Kuri muyu atendido por las mujeres y el ecolodge por los hombres.

6. Laguna de Añangu

Ubicada a una longitud 340333 Este y latitud Norte: 9944024, de la Parroquia Alejandro Labaka. Es una laguna natural dentro del territorio de la comunidad Añangu y el Parque Nacional Yasuní, rodeada de bosque siempre verde de tierras bajas, inconfundible por sus aguas negras con pocos

sedimentos y muchos nutrientes, que conforman el hábitat diverso de aves, reptiles y peces. Las actividades turísticas en el atractivo están administradas por miembros de la comunidad Añangu.

7. Saladero de Loros de Añangu

Ubicada a longitud Este: 345212 y latitud Norte: 9942563, de la Parroquia Alejandro Labaka en territorios de la Comunidad Kichwa Añangu, es una formación natural causada por la erosión en la base del paredón situada en la ladera de una colina dentro del bosque, cerca del margen sur del río Napo, donde bandadas de loros, pericos y guacamayos acuden diariamente a comer los minerales de la tierra para mejorar la digestión de los alimentos, generando un espectáculo natural que consolida un atractivo turístico que asombra a propios y extraños.

Se accede al atractivo desde Francisco de Orellana (El Coca) únicamente por vía fluvial, en un viaje de dos horas por el río Napo, hasta llegar a la frontera noroccidental del Parque Nacional Yasuní.

8. Isla de los Monos

Cuenta con una extensión de 156 hectáreas, ubicada a 382196 longitud Este y 99459855 latitud Norte en la parroquia El Edén, a 25 km en dirección Este del río Napo desde la ciudad Francisco de Orellana. Esta cubierta de vegetación donde habitan alrededor de 40 monos chorongos (*Iagothrix lagotricha*) que fueron introducidos en esta isla para su conservación y aves relacionadas con ambientes acuáticos e insulares propios y característicos del lugar.

Se puede acceder al atractivo por transporte fluvial a través del río Napo y el visitante puede disfrutar del bosque húmedo tropical recorriendo por senderos adaptados.

LORETO

Loreto con 2.127 Km² tiene una infinita variedad de ecosistemas, está a una altitud que va de 320 a 720 msnm y temperaturas que varían de 20 a 30° C. Se encuentran tierras bajas donde el bosque tropical lluvioso es bañado por los ríos cristalinos, con gran majestuosidad se levanta el colosal Volcán Sumaco y la Cordillera de Galeras, formando en sus alrededores maravillosas cascadas, cavernas, piscinas naturales, fósiles, petrificaciones, ríos rápidos para la práctica de deportes extremos como rafting, kayaking, tubing.

Los atractivos relevantes son: cascada Refugio de Las Loras, cascada Carachupa Pakcha, Petroglifos Cotona y el río Suno. Las fiestas de cantonización se celebran del 13 al 16 de Julio de cada año.

1. Cascadas Lluvia Pakcha

Ubicada a Latitud: 02°20'636'' y Longitud: 99°20'243'', en el sector de Pasohurco, parroquia Huaticocha, cantón Loreto, a 711 n.s.n.m. La cascada tiene una altura de 48 m. y en su caída forma una piscina natural redonda de 10 m. de diámetro y una profundidad de 6m., las paredes que forman la cascada son rocas de origen volcánico, cubiertas de musgos líquenes y pequeños arbustos.

Se encuentra a 1 hora con 20 minutos desde Francisco de Orellana, tomando la vía Coca – Loreto – Hollín en 65Km. de vía asfaltada, hasta la comunidad de Pasohurco y desde ahí se camina 55 minutos por un sendero establecido que conduce hasta la cascada.

2. Cascada Lluvia Pakcha hija

Ubicada a latitud: 02° 20'637" longitud: 99° 20' 254 en el sector Pasohurco, de la parroquia Huaticocha, cantón Loreto, la cascada está a 860 msnm. Posee una altura de 2 m, en su caída forma una piscina natural redonda de 6m de diámetro, y una profundidad de 2.50 m las paredes que forman la cascada es una roca de origen volcánico que localmente se le conoce como piedra de afilar. Se encuentra a 1 hora con 20 minutos desde Francisco de Orellana, tomando la vía coca –Loreto-Hollín en 65 km.

3. Cascada Lluvia Pakcha hijo

Ubicada a latitud: 01° 20'581" longitud: 02° 20' 328" en el sector Pasohurco, parroquia Huaticocha, cantón Loreto, a 875 msnm. Forma parte de la familia cascadas Lluvia Pakcha, situada en el mismo lugar, su altitud y forma permiten que se realice el deporte extremo de rappelling. Tiene 27 m. de altitud, en su caída a la cascada forma una piscina natural redonda de 7 m de diámetro una profundidad de 3 m.

4. Cascada Dahuano

Ubicada a latitud: 02° 30'043" longitud: 99° 17' 339" en el sector 24 de Mayo, parroquia San José de Dahuano, cantón Loreto, a 529 msnm. Posee una altura de 15 m. en su caída forma una piscina natural de forma redonda con un diámetro de 20 m y una profundidad de 3 m. En las paredes de la cascada descansan una especie de ave que se denomina Vencejo Pechiblanco que es fácil de observarlos. Se encuentra a 18 km desde la Ciudad de Loreto y 68 km desde puerto Francisco de Orellana hasta la comunidad 24 de Mayo. Por la vía coca –Loreto- Hollín luego se debe caminar unos 30 minutos hasta la cascada.

5. Cascada Carachupa Pakcha

Ubicada en las Coordenadas Geográficas UTM / WGS 84: con 256824,53 al Norte y 9939335,26 al Sur a una altitud de 338 msnm de la comunidad Jumandi. Se trata de una de las más hermosas caídas de agua pura y cristalina que posee el río Carachupa en el cantón Loreto, tiene una altura de 4 m y forma una hermosa piscina natural de 25 m de diámetro, es administrado por la Comunidad situado en el Km 32 vía Coca – Loreto a 25 minutos de Francisco de Orellana, para llegar a la cascada hay que recorrer un sendero de 300 metros en plena selva donde se ofertan servicios de alimentación, guianza y representaciones culturales.

6. Caverna Milagro de Dios

Ubicada a latitud: 02°22'816" y Longitud: 99°19'990", en el sector de Pasohurco, parroquia San Vicente de Huaticocha, cantón Loreto, a 666 m.s.n.m. Es un sistema de cavernas con una sola entrada que posee un ancho de 7,10m. Por 2,80m. Dentro de la caverna existe un corredor de

140m. De largo, se puede apreciar vertientes internas de agua pura y cristalina que brotan desde las profundidades de la tierra. Además se puede observar formaciones de estalactitas y estalagmitas.

Para llegar hasta la caverna se debe hacer un recorrido de 82 km. desde la ciudad del Coca por la vía Coca-Loreto-Hollín, hasta llegar a la comunidad Pasohurco, desde donde se camina 10min. Aproximadamente hasta llegar al atractivo.

7. Petroglifos Cotona

Ubicada a latitud: 02° 49' 812 y longitud: 99° 16' 975 en el sector Comunidad Macanacocha parroquia Avila Huiruno, Cantón Loreto a 331 msnm. Consta de 2 piedras que se encuentran ubicadas al filo del río Cotona.

La primera piedra posee una dimensión de 1,20m de largo por 1,10m de alto, esta es la más pequeña, dentro de la cosmovisión Kichwa es una piedra macho y la segunda piedra posee una dimensión de 1,30m de largo por 1,40m de alto, esta piedra es la más grande y representa el órgano reproductivo de la mujer dentro de la cosmovisión de los nativos es una piedra hembra y posiblemente fue utilizada para dar partos ya que posee un asiento natural en forma perfecta para un alumbramiento y cerca del río Cotona para lavar a la mujer y al niño.

Para llegar a ella debe tomar la vía Coca – Loreto –Cotona, en un tiempo de 1 hora con 40 minutos y luego caminar 15 minutos.

8. Cascada Refugio de las Loras

Ubicada a Latitud: 02°37'861 y Longitud: 99°12'080'' en el Sector de Agua Santa Parroquia San José de Dahuano, cantón Loreto, a 365 m.s.n.m. Posee una altura de 15m y en su caída forma una piscina natural de 30m de diámetro y 2,50m de profundidad. A los pies de la pared que forma la cascada se encuentra una caverna con un corredor de 25m de largo por 2m de ancho. En la parte alta tiene algunos orificios que son nidos de loros que se encuentra camuflados por los musgos y líquenes, este es un hábitat estratégico para la defensa de los pichones en contra de sus depredadores.

Se llega a esta cascada, tomando la vía Coca-Loreto- La Paz, en vehículo toma un tiempo de 1 hora y 20 minutos desde Francisco de Orellana y desde ahí se camina 15 minutos por un sendero que conduce hasta el objetivo.

9. Cascada Velo de la Dama

Ubicada a Latitud: 02°24'731'' y Longitud: 99°19'664'' en la Parroquia San Vicente de Huaticocha, cantón Loreto, a 533 m.s.n.m. Posee una altura de 65m sus aguas caen sobre rocas basálticas de origen volcánico, lo cual ocasiona una brisa que se expande alrededor de la cascada. Las aguas que forman la cascada provienen de vertientes que nacen en la llanura que forman el poblado de Huaticocha.

Se encuentra a 1 hora con 15 minutos desde Francisco de Orellana, tomando la vía Coca-Loreto-Hollín en un recorrido de 77Km., hasta Huaticocha, y desde ahí se camina 1 hora con 20 minutos por un sendero definido que conduce hasta la cascada.

10. Cascada Nido de las Loras

Ubicada a Latitud: 02°25'180" y Longitud: 99°19'372" en la parroquia san Vicente de Huaticocha, cantón Loreto, a 526 m.s.n.m., Tiene una altura de 85m y en su caída forma una piscina natural con 11m de diámetro y 4m de profundidad. Al costado derecho de la piscina existe un saladero de loros.

Se localiza a 1 hora con 15 minutos desde Francisco de Orellana, tomando la vía Coca-Loreto-Hollín en un recorrido de 77Km., hasta llegar a la parroquia Huaticocha, y desde ahí se camina 1 hora con 20 minutos por un sendero definido que conduce hasta la cascada.

11. Piscina Natural Río Huataraco

Se ubica a latitud: 02°30'324" y Longitud: 99°20'435", en el cantón Loreto, a 406 m.s.n.m., sus aguas son cristalinas y refrescantes. El río Huataraco en su recorrido forma diversas playas y piscinas naturales, es así que en el sector de Santa Lucía, llega a formar una tranquila y fabulosa piscina de agua transparente, inodora y con temperatura agradable. Permite observar una flora típica y endémica aún no intervenida.

12. Río Suno

Sus aguas provienen de vertientes que nacen en las faldas del volcán Sumaco y recorren las diferentes poblaciones ubicadas en el Norte del cantón Loreto para posteriormente desembocar en el majestuoso río Napo. En su recorrido forma diversas playas y piscinas naturales, como también sitios correntosos que son aprovechados para realizar el rafting, boying, hidrospeed y natación. Sus aguas son transparentes, limpias y con temperatura agradable. Permite observar una flora típica y endémica aún no intervenida.

13. Saladero Lumuchaurco

Ubicada a Latitud: 02°53'721" y Longitud: 99°18'486" en el Sector Comunidad Macanacocha Parroquia Avila Huiruno, cantón Loreto, a 370 m.s.n.m. Tiene una altura de 50m y 80m de ancho, la gran cantidad de sales y minerales que posee estos suelos atraen a varias especies de loros, pericos y guacamayos, especialmente en las mañanas desde 06:00 hasta las 08:00 estas especies prefieren llegar cuando los días son despejados. A demás se encuentran especies de mamíferos como; ardillas, puercos espines, monos nocturnos y guantas, acuden al saladero a consumir de sus sales y minerales.

Para llegar de debe tomar la vía Coca – Loreto - Macanacocha en un tiempo de 1 hora con 40 minutos, luego caminar 20 minutos.

LA JOYA DE LOS SACHAS

El Cantón con 1.195,4 Km² está ubicado en la Región Nor-oriental de la República de Ecuador, su territorio se encuentra en las llanuras amazónicas, donde predomina el bosque húmedo tropical con un promedio de 29°C, que albergan una diversidad de especies de flora y fauna silvestre que le dan la característica especial a La Joya de los Sachas para realizar actividades de turismo ecológico, agroturismo y turismo cultural.

El mayor atractivo del cantón son sus riquezas naturales donde el turista puede disfrutar de innumerables destinos, como las piscinas naturales que se forman en las Cascadas de las Conchas, Yurak Pakcha o Las Pirañas, además el lago San Pedro permite admirar un bosque amazónico de 35 hectáreas a través de paseo en canoa. Las fiestas de cantonización se celebran del 13 al 16 de Julio de cada año

1. Lago Verde

Ubicado a N9969342 latitud y E279484 longitud, en el sector 24 de julio en la Parroquia San Sebastián del Coca, cantón Joya de los Sachas. Mide aproximadamente 800 m. de largo por 100 m. de ancho, sus aguas son de color verdoso y constituye uno de los ambientes lacustres más grandes del sector, cuenta con cabañas para que los visitantes puedan pernoctar, se puede realizar caminatas guiadas por el bosque y en las noches paseos por el lago para observar caimanes negros.

Para llegar al atractivo se debe tomar la vía Coca-Lago Agrio hasta la entrada a la vía Pucuna, en un tramo de 16 Km., desde aquí se toma una vía lastrada hacia la democracia en un tramo de 8 Km. y desde ahí se toma una guardarraya hasta el lago en un recorrido aproximado de 2 km.

2. Lago San Pedro

Ubicado a N9973788 latitud y E283599 longitud a 229 m.s.n.m, en la parroquia Lago San Pedro, cantón Joya de los Sachas. Tiene una longitud aproximada de 600 m. por 200 m. de ancho y a su alrededor existe un bosque de 35 hectáreas. Sus aguas negras son hábitat natural de algunas especies como la piraña, caimán negro, conchas, charapas y guanchiches. En la laguna se pueden realizar actividades de pesca deportiva, buceo y paseos en canoa. Se pueden realizar también caminatas por el bosque para observar especies de flora y fauna silvestre como monos, guatusas, loros, pavas de monte, garzas blancas, perdiz, entre otros.

Se localiza a 16 km. de la Joya de los Sachas, para llegar al atractivo se debe trasladar hasta el sector de la Valladolid en un tramo de 5 Km. de vía asfaltada, desde ahí se toma 11 km. de vía lastrada hasta llegar hasta la cabecera parroquial donde se encuentra el Lago. Existe transporte público para acceder al sitio durante todo el año.

3. Cascada de las Conchas

Ubicado a N9978765 latitud y E287448 longitud a 304 n.s.n.m. en el sector Alma Lojana de la parroquia 3 de Noviembre del cantón Joya de los Sachas. Tiene una altura de 3.60m. y un ancho de 15.50m. Se pueden realizar caminatas para observar flora y fauna y existe un área para acampar.

Para llegar a la cascada desde Sacha se recorre tres tramos de carretera. Un primer tramo de 9 km. desde Sacha hasta Enokanki por vía asfaltada; un segundo tramo de 12 km. desde Enokanki hasta el final de la vía pasando por la cabecera parroquial de la 3 de Noviembre; y, un tramo de sendero que atraviesa potreros de 1 km. hasta la cascada. Se puede ingresar al atractivo durante todo el año, existe transporte público para acceder al sitio.

4. Cascada Yurak Pakcha

Ubicada a N99668913 latitud y E286978 en el sector Comuna Kichwa Juan Montalvo en la parroquia Juan Montalvo, cantón Joya de los Sachas. La cascada mide aproximadamente 5m. de alto y 8m. de ancho, junto a la cascada existen cabañas típicas donde se pueden realizar parrilladas, además existen senderos para realizar caminatas por el bosque.

Para llegar al atractivo se debe hacer un recorrido de 8.5 Km. desde la ciudad de Sacha por una carretera lastrada hasta el centro poblado de la Comuna, desde aquí se transita a pie por un sendero de aproximadamente 300 m. hasta llegar a la cascada. Existe transporte público para ingresar todos los meses del año.

5. Museo Arqueológico CICAME

El Centro de Investigaciones Culturales de la Amazonía Ecuatoriana, se ubica en el cantón Joya de los Sachas, es un Museo Arqueológico y Etnográfico que pertenece al Vicariato Apostólico de Aguarico y dispone de una colección importante de cerámica funeraria y otras piezas de distintas culturas indígenas amazónicas, coleccionadas desde hace más de 30 años.

6. Piedra Grande

Está ubicada en la Parroquia Rumipamba, Sector Rumipamba del cantón La Joya de los Sachas, a una latitud de N9989874 y longitud de E278510.

La piedra grande de Rumipamba, mide aproximadamente 8m de altura y 25m de diámetro, se encuentra ubicada en un espacio de territorio comunitario de 20.000 m² dedicado a la conservación de este extraño atractivo.

Al lugar se puede acceder todo el año por vía terrestre a través de una carretera de primer orden, desde la Ciudad del Sacha hasta El Eno en un tramo de 26 km y desde ahí a la parroquia Rumipamba por una vía lastrada en un tramo de 12km. Para llegar al sitio, hay que ingresar por un sendero ubicado a la derecha de la vía lastrada, en un tramo aproximadamente 600m.

7. Laguna el Chamanal

Ubicado en Enokanki del cantón La Joya de los Sachas, tiene una longitud de 1km. por 300 m de ancho. Sus aguas son negras y frescas, se puede observar en gran parte del territorio, una exuberante vegetación secundaria que le proporciona un ambiente inhóspito donde habitan especies de peces y reptiles, los más destacados son: caimán negro, charapa y guanchinche. Además, se puede disfrutar de la flora y un gran número de aves como loros, carpinteros, paujil, pavas de monte, patos aguja, entre otros.

Para llegar a la laguna desde la Ciudad del Sacha se recorre 9 km. de vía asfaltada hasta la Cabecera Cantonal Enokanqui, luego 10km. de vía lastrada hasta la cabecera Parroquial de la 3 de Noviembre y posteriormente 11 km. hasta la laguna. Respecto al transporte público hay servicio todos los días con 5 turnos que recorren la ruta Sacha- El Chamanal.

8. Laguna Hualliscocha

Ubicada en la parroquia Lago San Pedro (Rural) sector Comuna 15 de Agosto, del cantón La Joya de los Sachas a una latitud N9972639 longitud E280283. Tiene una longitud aproximada de 1.000 m por un ancho de 200 m. es un ambiente la cumbre de aguas cristalinas sin contaminación, ubicada en tierras comunales. Aquí se puede apreciar aves como loros, oropéndolas y martín pecador; de mamíferos como sajino, leoncillo o mono de bolsillo, mono chichico, mono machin.

El recorrido inicia por la vía Sacha – Lago Agrio, en un tramo de 5 km de vía asfaltada hasta el sector Valladolid, donde se toma una vía asfaltada hasta llegar a Lago San Pedro cabecera parroquial, en un tramo de 11 km; aquí se toma una guardarraya hasta la Pre-cooperativa 15 de agosto en un tramo de 3 km; y finalmente, se camina durante 30 minutos por un sendero peatonal que atraviesa la finca del señor. Vicente Pinos hasta llegar a la laguna.

9. Cascada las Pirañas

Ubicada en el sector 2 de septiembre en la parroquia 3 de noviembre, cantón La Joya de los Sachas, latitud: N9984910 y longitud: E0281993. Tiene una caída de 12 m. de altura y un ancho de 4 m. al pie de la cascada se forma un vado, en forma de cono, de 3 m de profundidad que a esta altura presenta aguas cristalinas con pocos sedimentos, es ideal para la recreación familiar. Desde la ciudad del sachá se recorren 19 km por vía asfaltada hasta la parroquia 3 de noviembre desde este poblado hasta la finca se accede por una guardarraya lastrada en un tramo de 7.5 km. Una vez en la finca, se dirige a pie por un sendero que hay que recorrer por 10 minutos hasta llegar a la cascada.

10. Playa Escondida

Ubicada en el sector Alma Lojana en la parroquia 3 de Noviembre cantón La Joya de los Sachas a una latitud: N9978175 y longitud E0287617. Existe una extensa playa, cerca cruza un río de gran caudal con una profundidad de 1,50 cuenta con chozas pequeñas en las cuales los fines de semanas se programan bailes populares cuenta con canchas deportivas del vóley e indor, ahí también se puede observar especie de fauna como monos, oropendulos, loros y caciques.

Para llegar a este sitio desde el sachá, por la vía de primer orden asfaltada en un tramo de 21 km hasta la parroquia 3 de Noviembre se recorre por una vía de segundo orden entramos de 2 km, hasta llegar al atractivo. Cuenta con transporte diario hasta la parroquia.

11. Balneario Río Jivino Rojo

El río Jivino Rojo en esta sección cuenta con amplias playas de suelo arcillo arenoso, mide aproximadamente 20m de ancho y 1m de profundidad en épocas de verano, además forma vados que permiten a los bañistas practicar la natación. Cuenta con canchas deportivas y un área donde se puede realizar actividades socio cultural. Este lugar es visitado especialmente los fines de

semana y los feriados con turistas que llegan desde las otras parroquias de la joya de los sachas para hacer deporte y recrearse al aire libre.

Existe una vía de primer orden que une La Joya de los Sachas con Enokanki en un tramo de 8.5 km desde donde se toma una vía lastrada hasta llegar al recinto Cooperativa el Progreso en tramo de 5 km. Y desde ahí se debe caminar por un sendero unos 500m hasta el balneario. Esta habilitado durante todo el año y al servicio de transporte público con 5 turnos diarios que recorren la ruta Sacha Enokanki hasta El Progreso.

12. La Macareña

Sitio natural ubicado a orillas del río Yanayacu, jardines con diferentes especies y cubierta por bosque secundario, está ubicado a 15km., del cantón La Joya de los Sachas se puede ingresar por la vía Lago Agrio - Coca a 12km. De la carretera asfaltada hasta la entrada de la Macareña, de donde se toma una vía de segundo orden por 3 km., hasta llegar al recinto de la Macareña.

AGUARICO

Comprende una superficie de 11.402.79 Km², una altura que va de 200 a 250 msnm, se caracteriza por formar parte del Parque Nacional Yasuní, Posee atractivos naturales y culturales dentro de un entorno de gran belleza paisajística lo convierte en un lugar único y paradisíaco de interés para los turistas nacionales y extranjeros.

Su temperatura oscila entre los 22 a 30°C en esta zona se encuentra una variedad de plantas y animales exóticos, grandes lagunas y grupos étnicos Kichwas, colono – mestizos y la nacionalidad Waorani con gran relevancia cultural. Las fiestas de cantonización se celebran del 04 al 06 de noviembre de cada año

1. Laguna de Garzacocha

Se encuentra ubicada en la parroquia Nuevo Roca fuerte, dentro del Parque Nacional Yasuní, a 10 minutos de la comunidad Waorani Kawimeno.

Esta laguna posee un diámetro de 600 metros de ancho, formando un sistema lacustre que albergan cientos de especies animales y vegetales, como caimanes, pirañas, manatíes, charapas, etc.

2. Laguna Jatuncocha

Se encuentra dentro del Parque Nacional Yasuní, su ingreso por el río Yasuní, desde Nuevo Rocafuerte es una hora de viaje en canoa a motor, luego se toma un río que origina la laguna y en pocos minutos se llega al atractivo. Su forma es irregular, posee un largo de 6000 metros, en sus alrededores se puede apreciar el bosque inundado de moretales y el bosque de tierra firme, donde se encuentra un sendero que muestra la biodiversidad en flora y fauna del bosque tropical lluvioso.

3. Laguna de Zancudococha

Ubicada en la Zona de amortiguamiento de la Reserva Faunística Cuyabeno, dentro de la comunidad Kichwa Zancudo Cocha. Posee una forma casi redonda con un diámetro de 3000 metros, para acceder se toma el río Aguarico desde la desembocadura con del río Napo hasta llegar al campamento militar, donde se toma un pequeño sendero de una hora y media hasta llegar a este atractivo. En el centro de la laguna se encuentran dos islas pequeñas redondas que posee vegetación flotante. La vegetación que rodea a la laguna corresponde al bosque Inundado de moretales y el bosque de tierra firme con un sendero que invita a disfrutar de la biodiversidad en flora y fauna exótica.

4. Río Tiputini

Ubicado en la parroquia Tiputini, este río atraviesa las comunidades Kichwas: Boca de Tiputini, Yana Yacu, Patas Urcu y Llanchara, desemboca en el río Napo a 10 minutos de la ciudad de Tiputini. Además forma parte de la Reserva de Biosfera Yasuní donde se pueden realizar diferentes actividades relacionadas al ecoturismo. Para acceder se toma una embarcación en Tiputini, tomando en cuenta las respectivas medidas de seguridad.

5. Río Cocaya

Se ubica a dos horas de la ciudad de Tiputini e la comunidad Martinica en la parroquia Yasuní a una hora de Nuevo Rocafuerte vía fluvial, forma parte de La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, situado entre las comunidades: Zancudo Cocha y Martinica, que abarca bosque nativos tropicales con exuberante flora y fauna como el famoso delfín rosado y gris, éste río desemboca en el Río Aguarico.

6. Laguna Huiririma

De gran belleza por sus aguas que alimentan el río del mismo nombre y bosques tropicales. Ubicada a una hora y media aproximadamente de la comunidad San Vicente, parroquia Santa María de Huiririma vía fluvial por el río Napo y Huiririma.

7. Laguna Kari Yuturi

Situada en medio de imponentes bosques y gigantescos árboles como el ceibo, se ubica a 40 minutos aproximadamente de la comunidad Samona Yuturi, parroquia Capitán Augusto Ribadeneira vía fluvial por el río Napo y después por el río Kari Yuturi.

8. Laguna Warmi Yuturi

A 30 minutos de la comunidad Samona Yuturi de la parroquia Capitán Augusto Ribadeneira, se localiza la majestuosa laguna Warmi Yuturi, se puede acceder por vía fluvial y terrestre. Los caimanes negros figuran como la especie más representativa.

9. Laguna Obe

Ubicada en la parroquia Cononaco, comunidad Bamenó dentro del Parque Nacional Yasuní, se puede acceder desde el Coca a Shiripuno, dos horas en vehículo privado desde Francisco de Orellana hasta la comunidad Shiripuno luego vía fluvial aguas abajo por el Shiripuno de 8 a 10 horas aproximadamente hasta Bamenó y a 20 minutos de la comunidad hasta la laguna. Su nombre se debe a la especie representativa del lugar, la anaconda que en Wao significa Obe.

10. Laguna Tambococha

En el parque Nacional Yasuní a 30 minutos aproximadamente de la parroquia Nuevo Rocafuerte se localiza Tambococha de singular belleza, lugar paradisíaco apto para realizar actividades de ecoturismo y turismo científico

11. Laguna Braga

A una hora aproximadamente de Nuevo Rocafuerte vía terrestre se puede disfrutar de las bondades naturales que ofrece la laguna del Braga, apta para actividades de canotaje, senderismo y avistamiento de flora y fauna endémica.

12. Casa del Barro

En la comunidad Santa Rosa, parroquia Nuevo Rocafuerte se ubica el Museo del Barro iniciativa turística comunitaria impulsada por la comunidad donde se puede apreciar la elaboración de artesanías en fibra de palmas tinturadas y adornadas con semillas y plantas del bosque. Además elaboran, mokawas, ollas en barro cocido que lo extraen de una mina muy cercana a la comunidad. También se puede acceder desde Tiputini en vehículo privado.

13. Concha Acústica

Se ubica en la ciudad de Tiputini cabecera cantonal, junto a la plaza cívica, interpreta la identidad cultural y el patrimonio natural del cantón Aguarico, monumento que plasma las riquezas de un pueblo rodeado de dos grandes parques naturales conocidos internacionalmente como, el parque Nacional Yasuní o Reserva de Biosfera y la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno



GASTRONOMÍA EN LA PROVINCIA DE ORELLANA

La originalidad y singularidad de la cocina kichwa, permite deleitarse con exquisitos platos elaborados con ingredientes y productos de la zona y con la actividad que realizan de caza y pesca. Considerando a esta actividad como un arte, la caza es eficiente en invierno y la pesca en verano por el cambio de estaciones.

La yuca, maduro, verde, plátano, cacao, café, todas estas fuente de proteínas, grasas y carbohidratos obtienen de las chacras y otros como las pepas de morete, de Ungurahua son traídos de la selva muy ricos en y proteínas.

Entre los platos típicos se tiene: mazamorra, maitos, platos de uchumanga, callambas, pinchos de mayón, cerdo de monte, Guanta estofada, Fritada de armadillo, Chicha de yuca, Chicha de chonta, Caldo de Gallina Criolla, Maito de Guangana, Uchumanga, Caldo de Carachama.



Ministerio
de **Turismo**

ANEXO 5

DOCUMENTACION ENTREGADA POR EL GAD MUNICIPAL DE ORELLANA



PROYECTO DE ATENCIÓN INTEGRAL A JÓVENES RESUMEN DE TRABAJO

ANTECEDENTES

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, es una institución que prioriza la aplicación y pleno ejercicio de los derechos de sus habitantes, y la participación ciudadana de sus habitantes.

Desde el año 2006 años hasta el año 2014, la Mesa Cantonal de Jóvenes (que finaliza su existencia), contó con la implicación directa de jóvenes que desarrollaron su labor en educación sexual, asertividad, capacitaciones ocupacionales con organizaciones juveniles y en centros educativos. Las organizaciones juveniles del sector urbano y rural, fortalecieron su organización y fortaleciendo con el apoyo de la Mesa de Jóvenes integrándose así a los procesos participativos, talleres de capacitación, foros, encuentros, asambleas y festivales socioculturales. La perspectiva actual del Área Social del Departamento de Desarrollo Humano del GADMFO en cuanto al trabajo con el grupo etario juvenil, se enfoca al fomento y empoderamiento de conocimiento de la constitución y la aplicación de una verdadera política de participación ciudadana, además procura fortalecer, fomentar y crear actividades y procesos que beneficien directamente a los y las jóvenes de nuestro cantón, dotando de información valiosa referente al ejercicio de los derechos manifestados en la constitución nacional, la sensibilización juvenil ante la gran necesidad de conocer y aplicar los diferentes artículos de la constitución y las leyes de la política y participación ciudadana vigentes. Surge entonces, la implementación del Proyecto de Atención Integral a Jóvenes, con fortalecimiento en política y participación ciudadana” que en resumen procura concatenarse con los objetivos nacionales del buen vivir.

JUSTIFICATIVO

En el Art. 39 de la Constitución de la República del Ecuador, manifiesta; El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. (...) El objetivo nacional No. 2 de Desarrollo Humano del Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Ecuatoriano; establece la necesidad de “Mejorar las capacidades y destrezas de los ecuatorianos, con educación, investigación científica y acceso a la información”. El presente proyecto, se basa también en la Ley de la Juventud, que en su art. 1 del Ámbito de aplicación establece: La presente ley reconoce las particularidades de las y los jóvenes ecuatorianos, promueve el goce y ejercicio efectivo de sus derechos y garantiza el cumplimiento de los deberes y obligaciones. Al hablar de la política de fomento de los derechos y deberes de los y las jóvenes, el art. 17 establece que las políticas de promoción de la participación juvenil deberán dirigirse a:

Respeto y lealtad

- a) Promover la participación plena de los y las jóvenes en el campo cívico, social, económico, cultural, artístico y político;
- b) Fomentar el acceso a los medios de comunicación y a la tecnología de información,
- c) Promover la conformación y funcionamiento libre de organizaciones juveniles, de acuerdo a la ley,
- d) Garantizar y promover el ejercicio responsable de los derechos juveniles;
- e) Formar e informar sobre los derechos y deberes juveniles;
- f) Garantizar la participación de los y las jóvenes en el diseño, aplicación y evaluación de las políticas y planes que les afectan,
- g) Fomentar y asegurar la constitución y funcionamiento de gobiernos estudiantiles, como un medio de participación de los y las jóvenes en la vida escolar; y,
- h) Estimular el intercambio nacional, internacional y local de jóvenes y de organizaciones juveniles.

El art. 148 de la COOTAD, enuncia que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales ejercerán la competencia destinada asegurar los derechos de los grupos poblacionales prioritarios. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, invertirán al menos un 10% de su presupuesto en el sector social. Asimismo, la necesidad de espacios de acción para la participación juvenil ciudadana, plantea en el presente Proyecto la intervención y apoyo económico del GAD Municipal Francisco de Orellana, conforme a los objetivos de trabajo y servicio social de su Departamento de Desarrollo Humano.

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la participación ciudadana de la juventud, a través de actividades, procesos y espacios de acción, con bases de conocimiento de la política, derechos y deberes propios de este grupo etario.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Capacitar a diferentes grupos juveniles, urbanos y rurales en políticas de participación ciudadana y pleno ejercicio de sus deberes y obligaciones constitucionales.
- Crear espacios de concertación, discusión y difusión de la política pública enfocada al Buen Vivir.
- Fortalecer el liderazgo juvenil comunitario, a través de talleres secuenciales y dinámicos relacionados al conocimiento de la política pública.
- Fomentar la sana recreación en la juventud de Francisco de Orellana.
- Crear programas de radiodifusión comunitaria en un medio de comunicación local.

PLAN DE TRABAJO

En la ejecución del presente proyecto se plantea lo siguiente:

ACTIVIDAD	LUGAR	TIEMPO DE EJECUCIÓN	OBJETIVO
Capacitación a grupos juveniles,	Comunidades (4) del cantón	7 meses (de febrero a	Fortalecer e incrementar el conocimiento de los y las jóvenes en referencia a la política

Respeto y lealtad

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO HUMANO
PROYECTO DE ATENCIÓN INTEGRAL A JÓVENES
Puerto Francisco de Orellana–Provincia de Orellana–Ecuador

en política pública, constitución y leyes referentes a la juventud	Francisco de Orellana y 1 grupo del sector urbano (Local municipal)	agosto)	pública.
Festival Juvenil teatral “Coca abriendo el telón 2”	Auditorio MACCO	3 días (25, 26 y 27 de marzo)	Fortalecer la participación juvenil en bellas artes como el teatro.
Talleres socioculturales de guitarra, canto y piano.	Local del área de jóvenes	3 meses aprox. (desde abril)	Capacitar a 120 jóvenes del cantón Francisco de Orellana, en los temas propuestos.
Creación del grupo de teatro juvenil “Marionetas de la tabla”	Local del área de jóvenes	6 meses (a partir de febrero)	Crear un grupo de jóvenes aficionados al teatro que estén en la capacidad de presentar obras y dramatizados en referencia a políticas, leyes, derechos y deberes ciudadanos.
Implementación de 3 espacios radiales	Yasuní FM	11 meses (a partir del mes de marzo)	Ejercer el derecho al involucramiento de jóvenes en la comunicación social de su ciudad.
Ejecución de encuentros juveniles	Francisco de Orellana, Nuevo Paraíso y La Belleza	4 días (4 comunidades del cantón) Septiembre y octubre	Sensibilizar a grupos juveniles sobre la importancia de la concertación y discusión de la política pública entre jóvenes de diferentes comunidades del cantón Francisco de Orellana
Festival “El Coca en escena”	Francisco de Orellana	Agosto	Conmemorar el mes de la juventud con participaciones artísticas y culturales, exaltando en todo momento la importancia del conocimiento de la política pública

Respeto y lealtad



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO HUMANO
PROYECTO DE ATENCIÓN INTEGRAL A JÓVENES
Puerto Francisco de Orellana–Provincia de Orellana–Ecuador

Feria de la juventud y la participación ciudadana	Parque Central Francisco de Orellana	Octubre	Exposición dinámica de diferentes leyes en referencia a la juventud
Ciclopaseo Nocturno	Francisco de Orellana	11 meses, (desde finales de enero)	Fomentar el deporte como alternativa de buen uso del tiempo libre y el aplicación del derecho a la recreación.
Cilcopaseo Turístico	Provincia de Orellana	11 meses (3ra semana de cada mes)	Impulsar el turismo y el empoderamiento del territorio en la juventud de nuestro cantón.
Cilcopaseos parroquiales	Taracoa, La Belleza y García Moreno	3 días (durante el mes de octubre)	Impulsar el uso de la bicicleta como alternativa de movilización y sana recreación
Festival “5000 juguetes para 5000 sonrisas de paz”	Francisco de Orellana	1 día (diciembre)	Realizar un evento de participación juvenil, para la recolección de juguetes no bélicos, posteriormente a entregarse a niños/as de escasos recursos de nuestro cantón

BENEFICIARIOS

- **DIRECTOS.**- Los beneficiarios de esta propuesta son Jóvenes que se integren a los procesos del proyecto tanto en la zona urbana como la rural, en un número aproximado de 500.
- **INDIRECTOS**

Los beneficiarios indirectos son las familias de cada uno de jóvenes involucrados en el Proyecto, los barrios, comunidades y parroquias de nuestro cantón, así como la población no constante de nuestra ciudad, provincia y país.

PS. CL. ÉDISON DAVID PÉREZ ÁLAVA
COORDINADOR PROYECTO DE ATENCIÓN INTEGRAL A JÓVEN

Respeto y lealtad

Dirección: Calle Quito y Guayaquil, tras el coliseo de la Federación
Contactos: 062880445 – 0981664785 – mesavoxjuvenilcocha@hotmail.com

Programas y proyectos realizados en Beneficio de Niños, Adolescentes y jóvenes del cantón, a si como a los grupos de Atención Prioritaria 2014- 2015 Area de Cultura

➤ Instituciones Educativas.:

Preparar candidatas a reinas

Organizar la programación de festividades por Aniversario del plantel

Preparación de las instituciones para participaciones, culturales, de Danza, de Baile, Bandas rítmicas, Oratoria.

➤ Parroquias y comunidades del cantón:

Planificación y organización de las festividades patronales y cívicas

Preparación de candidatas

Arreglo de escenarios

Asesoramiento y acompañamiento a participaciones culturales de la/los estudiantes

➤ Barrios

Las mismas actividades

Cursos de Danzas

Capacitaciones en Derechos deberes y obligaciones

Acompañamientos a familias con problemas de maltrato infantil

Drogas en niños y adolescentes y embarazos adolescentes.

➤ Presentaciones Artísticas:

➤ Grupos de Danzas

➤ Grupo Musical instrumental

Programas de Navidad

Carnaval

Fiestas del Cantón

Festivales artistísticos.

Gimnasia

Escuela de Deportes. Barrial. Comunitaria y Parroquiales.

EVENTOS PROGRAMADOS POR LA SUBDIRECCIÓN DE GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL
FRANCISCO DE ORELLANA

AÑO 2015

FECHA	EVENTO
14 – 16 de Febrero	Carnaval
23 de Abril	Feria de Promoción Turística, Regional 2 AME
26 – 30 Abril	Fiestas de Cantonización
8, 9 y 10 de Mayo	Feria Turística AME en la ciudad de Quito
28 de Mayo	Elección de la Orquídea Emblemática de Orellana
6 de junio	Semifinales Campeonato del Encebollado – El Coca
26 – 30 de Julio	Fiestas de Provincialización
16 de agosto	Final Campeonato del Encebollado - Manta
27 de Septiembre	Día Mundial de Turismo
Octubre	Feria Ancestral Gastronómica y Cultural